



СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ПЕДАГОГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ОСВІТНІЙ МАРКЕТИНГ

спеціальність	015 Професійна освіта (агровиробництво, переробка сільськогосподарської продукції та харчові технології)	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	015 Професійна освіта (агровиробництво, переробка сільськогосподарської продукції та харчові технології)	факультет	Менеджменту, адміністрування та права
освітній рівень	перший (бакалаврський)	кафедра	ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін

ВИКЛАДАЧ

Пономарьова Марина Сергіївна



Вища освіта – спеціальності: менеджмент; підприємництво, торгівля та біржова діяльність; садівництво та виноградарство; управління закладів освіти; освітні та педагогічні науки.

Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.04 – економіка та управління підприємствами, (за видами економічної діяльності)

Вчене звання - доцент кафедри менеджменту

Досвід роботи – більше 17 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

авторка 76 фахових наукових статей та більше 71 тез та матеріалів конференцій;

співавтор 2 навчальних посібників та 9 колективних монографій;

авторка більше 30 методичних рекомендацій;

досвід роботи у складі редакційної колегії фахового видання. Відповідальний секретар Вісника ХНАУ. Серія «Економічні науки»; Journal of management, economics and technology.

досвід роботи у складі: методичної комісії факультету, конкурсних комісій (наукових студентських робіт): Професійна освіта; Підприємництво; Економіка сільського господарства та АПК; Маркетинг; Управління проектами тощо;

досвід роботи у складі редакційної колегії з проведення Міжнародних науково-практичних конференцій;

Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація економістів-міжнародників; Громадська спілка «Українська асоціація освіти дорослих.

телефон	0667618843 0974170902	електронна пошта	univerms@ukr.net	дистанційна підтримка	Moodle
---------	--------------------------	------------------	------------------	-----------------------	--------

Загальна інформація про освітню компоненту

ПЕДАГОГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ОСВІТНІЙ МАРКЕТИНГ

Мета	розкрити складові педагогічного управління та маркетингу: освітній продукт, попит на освітні послуги та маркетингові дослідження відповідного ринку, комплекс маркетингу навчального закладу; поняття конкуренції у сфері педагогічного маркетингу; визначені підстави взаємодії освітнього менеджменту та освітнього маркетингу; змістовні аспекти та результати їхнього взаємовпливу; особливост функціонування освітнього маркетинг-менеджменту в соціумі.
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, командна робота, імітаційний проект
Специфічні результати навчання і форми їх контролю	Типологія емоційної компетентності. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Рекламна складова маркетингу освітньої діяльності ВНЗ. Вплив маркетингового управління на позитивний розвиток навчальної діяльності інститутів післядипломної педагогічної освіти. Технологія освітнього маркетингу як напрям управлінської діяльності. Комплекс маркетингу навчального закладу. Управління розвитком освітнього середовища на основі маркетингового підходу. Управління розвитком освітнього середовища на основі маркетингового підходу.
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18 годин-практичні; модульний контроль ;підсумковий контроль – залік
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота
Умови зарахування	згідно з навчальним планом

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Компетенції	ЗК 02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК 10. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. СК 12. Здатність застосовувати освітні теорії та методології у педагогічній діяльності. СК 17. Здатність реалізовувати навчальні стратегії, засновані на конкретних критеріях для оцінювання навчальних досягнень. СК 24. Здатність управляти комплексними діями/проектами, відповідати за прийняття рішень у непередбачуваних умовах та професійний розвиток здобувачів освіти і підлеглих. СК 26. Здатність забезпечити якість освіти і управління діяльністю закладу освіти, відповідно до спеціалізації.	Програмні результати навчання	ПР 07. Аналізувати та оцінювати ризики, проблеми у професійній діяльності й обирати ефективні шляхи їх вирішення. ПР 08. Самостійно планувати й організовувати власну професійну діяльність і діяльність здобувачів освіти і підлеглих. ПР 11. Володіти психолого-педагогічним інструментарієм організації освітнього процесу, уміти проектувати і реалізовувати навчальні/розвивальні проекти. ПР 13. Застосовувати у професійній діяльності сучасні дидактичні та методичні засади викладання навчальних дисциплін і обирати доцільні технології та методики в освітньому процесі.
--------------------	---	--------------------------------------	--

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ПЕДАГОГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ОСВІТНІЙ МАРКЕТИНГ)

Модуль 1.

№	Тема	практичне заняття	Тема		Тематика
Лекція 1.	Складові педагогічного управління та маркетингу: освітній продукт, попит на освітні послуги.	ПЗ 1	Професійне спілкування майбутніх викладачів як об'єкт психолого-педагогічного управління. Педагогічне управління адаптацією майбутніх учителів у системі ступеневої освіти. Закономірності педагогічного управління самостійною навчальною діяльністю майбутніх фахівців.	Самостійна робота	1. Формування готовності майбутнього вчителя до педагогічного управління колективною навчально-пізнавальною діяльністю учнів. 2. Принципи педагогічного управління освітніми процесами у ступеневому вищому навчальному закладі. 3. Сутність управління навчальним закладом.
Лекція 2.	Маркетингові дослідження педагогічного управління та освітнього маркетингу.	ПЗ 2	Маркетингові дослідження в управлінні навчальним закладом. Маркетинг і логістика освітніх послуг.		

Модуль 2

Лекція 3.	Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів.	ПЗ 3	Комплекс маркетингу навчального закладу. Управління розвитком освітнього середовища на основі маркетингового підходу. Управління розвитком освітнього середовища на основі маркетингового підходу.	Самостійна робота	4. Моделювання структури педагогічного управління адаптацією майбутніх учителів у системі ступеневої освіти. 5. Маркетингові дослідження як засіб гнучкого управління навчальною діяльністю інститутів післядипломної педагогічної освіти. 6. Маркетингові дослідження як засіб диференціації освітніх послуг в системі післядипломної освіти педагогічного університету. 7. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів
Лекція 4.	Поняття конкуренції у сфері педагогічного управління та маркетингу.	ПЗ-4	Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Рекламна складова маркетингу освітньої діяльності ВНЗ. Вплив маркетингового управління на позитивний розвиток навчальної діяльності інститутів післядипломної педагогічної освіти. Технологія освітнього маркетингу як напрям управлінської діяльності		

Модуль 3

Лекція 5.	Підстави взаємодії освітнього менеджменту та освітнього маркетингу.	ПЗ 5	Управління вищим навчальним закладом на засадах маркетингових стратегій. Стратегія маркетингового управління конкурентоспроможністю навчального закладу. Взаємозв'язок державно-громадського управління і маркетингу при управлінні дошкільним навчальним закладом. Менеджмент та маркетинг в сфері освітології. Формування освітніх послуг в управлінні сучасним навчальним закладом на засадах маркетингу.		8. Управління розвитком освітнього середовища на основі маркетингового підходу. 9. Маркетингові дослідження як засіб управління якістю освітніх послуг. 10. Теоретико-методологічні засади маркетингового управління навчальною діяльністю інститутів післядипломної педагогічної освіти.
------------------	---	-------------	--	--	--

			Формування маркетингової стратегії управління брендом компанії. Маркетинг у сфері освітніх послуг.		11. .Маркетингові дослідження як засіб управління якістю освітніх послуг.
Лекція 6.	Змістовні аспекти та результати їхнього взаємовпливу. Особливості функціонування освітнього маркетинг-менеждменту в соціумі	ПЗ-6	Освітній менеджмент та освітній маркетинг: діалектика взаємодії. Сутність та особливості маркетингу освітніх послуг в Україні. Управління комплексом маркетингу в забезпеченні розвитку підприємств. Аналіз використання комплексу маркетингових комунікацій у просуванні освітніх послуг ВНЗ I-IV рівня акредитації.		12. Теоретико-методологічні засади маркетингового управління навчальною діяльністю інститутів післядипломної педагогічної освіти. 13. Вплив маркетингового управління на позитивний розвиток навчальної діяльності інститутів післядипломної педагогічної освіти. 14. Технологія освітнього маркетингу як напрям управлінської діяльності. 15. Комплекс маркетингу навчального закладу. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів. 16. Удосконалення комплексу маркетингу закладів з урахуванням специфіки послуг. 17. Інтегрований комплекс маркетингу послуг вищої освіти. 18. Особливості маркетингу освітніх послуг закладу вищої освіти. 19. Науково-педагогічний персонал як елемент комплексу маркетингу вищого навчального закладу. 20. Комплекс маркетингу інтелектуальної власності вищого навчального закладу: нормативно-правовий аспект.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Телетова С. Г., Телетов О. С. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів //Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №. 3 (2). – С. 117-124.
2. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства //Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – №. 4. – С. 274-282.
3. Бобир В. Г. Взаємозв'язок державно-громадського управління і маркетингу при управлінні дошкільним навчальним закладом //Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції" Наукові підходи в управлінні навчальними закладами". – 2015. – С. 17-23.
4. Козлов Д. Формування освітніх послуг в управлінні сучасним навчальним закладом на засадах маркетингу //Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. – 2017. – №. 2. – С. 326-337
5. Рябова З. Вплив маркетингового управління на позитивний розвиток навчальної діяльності інститутів післядипломної педагогічної освіти //Обрії. – 2012. – №. 2. – С. 32-35..

1. Ромащенко І. В. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців з маркетингу сфери управління у процесі вивчення фахових дисциплін. – 2010.
2. Пачева Н. О. Стратегічний маркетинг у системі управління підприємством : дис. – ВПЦ:" Візаві".
3. Телетова С. Г. Педагогічний маркетинг в умовах впровадження нового закону України про вищу освіту //Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: зб. тез доповідей VIII-ї Міжнародної науково-практичної конференції. Суми: Папірус. – 2014. – С. 184-186.
4. Флегонтова Н. М. Словник-довідник термінів педагогічного маркетингу. – 2008.
5. Рябова З. В. Маркетингове управління як соціально-педагогічна технологія управління системою післядипломної педагогічної освіти //Вісник післядипломної освіти. – 2015. – №. 15. – С. 123-133.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 50	50% від усередненої оцінки за модулі
		до 50	підсумкове тестування
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 50	відповіді на тестові питання
		до 20	усні відповіді на лабораторно-практичних заняттях
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.