**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ЦЕНТРАЛЬНЫЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНО ДПО «ЦМИ»

А.Х. Тамбиев



**«23»\_декабря\_2020 г.**

**Образовательный маркетинг**

**Цель:** успешное освоение слушателями содержания учебной дисциплины через освоение рыночных механизмов развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов управления.

**Задача:**

**–** знакомство с основными понятиями теории маркетинга;

– адаптация общих теорий и методик к маркетингу в сфере образования;

– осознание значения маркетинга в работе современного образовательного учреждения;

– применение знаний, умений и навыков маркетинговой деятельности в управлении образовательным учреждением.

**СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

***Тематический план с распределением часов по темам***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п\п | Наименование разделов и тем | Количество часов |  |
|  |
| 1. | Особенности образовательного маркетинга | 18 |  |
| 2. | Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг | 18 |  |
| 3. | Разработка маркетингового комплекса | 18 |  |
| 4. | Особенности маркетинговой деятельности образовательных учреждений | 18 |  |
|  | **ИТОГО** | **72** |  |

Слушатель, изучивший дисциплину, должен:

*знать:*

* основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;
* отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики;
* особенности поведения потребителей на рынке образовательных услуг:

*уметь:*

* адаптировать общие теории и методики к маркетингу в сфере образования
* анализировать внешние и внутренние факторы, определяющие положение образовательного учреждения на образовательном рынке и перспективы развития;
* сегментировать рынок образовательной среды
* осуществлять маркетинговые исследования, направленные на изучение рынка образовательных услуг, образовательных потребностей и т.д.

*владеть:*

* проектированием стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;
* способами разработки плана маркетинга образовательных услуг;
* методами осуществления эффективного контроля качества за маркетинговой деятельностью образовательного учреждения.

**Удостоверения**

* Выпускники института получают удостоверение о повышении квалификации установленного образца, свидетельствующее о приобретении дополнительных профессиональных навыков.

**Требования к слушателям**

* Наличие диплома о высшем или среднем профессиональном образовании.

**Длительность обучения**

* 72  академических часа .