

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
к.с.н., доцент И.Г. Малинский
« 21 » октябрь 2021 г.



Дополнительная профессиональная программа
повышения квалификации

**«СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ»**

Авторы и составители программы:

1. Алимаева О.А., к. и. н., доцент, доцент кафедры менеджмента в образовании
Института дополнительного профессионального образования
2. Вакулич Н.Р., к. ф. н., доцент, доцент кафедры менеджмента в образовании
Института дополнительного профессионального образования

Саратов – 2021

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;

Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;

Приказ Минобрнауки России от 22 февраля 2018 г. № 126 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — магистратура по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование» (с изменениями и дополнениями Приказ Минобрнауки России от 26.11.2020 № 1456);

Положение о разработке дополнительной профессиональной программы П 1.61.04 – 2016, утвержденное Ученым Советом СГУ, протокол от 30.06.2016г. № 7.

Программа разработана на основе Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих 4-е издание, дополненное (ред. от 12.02.2014, с изменениями и дополнениями на 2018 год.) Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.

1.2. Область применения программы

Настоящая программа направлена на качественное изменение профессиональных компетенций современного педагога в системе высшего образования с учетом социокультурных факторов, влияющих на систему образования, и проблем, существующих в современном образовании.

1.3. Требования к слушателям (категории слушателей): педагогические и научно-педагогические работники.

1.4. Цель и планируемые результаты освоения программы

Программа направлена на совершенствование следующих профессиональных компетенций по видам профессиональной

деятельности

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт (навыки)	Умения	Знания
1	2	3	4	5
ВД 1 Преподавание по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации.	ПК 1. Внедрять социокультурные компоненты в образовательную среду.	-владения современными технологиями: организации образовательного процесса в вузе на основе ФГОС; -социального партнерства в образовательной среде вуза;	-самостоятельно развиваться; использовать социокультурные инновации;	-современных профессиональных научных и практических направлений в социокультурной сфере; основных принципов, направлений, инноваций государственной политики в образовании; особенностей рискогенности российской культуры в условиях непрерывного образования;
	ПК 2. Осваивать социокультурные аспекты работы с молодежью.	воспитания информационно-правовой культуры студенческой молодежи;	создавать новые и совершенствовать традиционные формы работы со студенческой молодежью;	правовых аспектов профессиональной деятельности; специфики социального партнерства в сфере высшей школы; социального портрета современной учащейся молодежи;
	ПК 3. Включать маркетинговые стратегии в практику вузовской работы.	владения современными маркетинговыми технологиями	использовать маркетинговые технологии в работе со студентами.	маркетинговых стратегий;
	ПК 4. Производить коррекцию и оценку различных аспектов коммуникаций педагога образовательной организации.	владения современными коммуникационными технологиями;	эффективно организовать коммуникативный процесс;	коммуникативных технологий в образовательной среде;
ВД 2 Преподавание по программам	ПК 1. Внедрять социокультурные компоненты	-владения современными технологиями: органи-	-самостоятельно развиваться; использовать	-современных профессиональных научных и практи-

аспирантуры (адъюнктуры), ординатуры, ассистентуры-стажировки и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации	в образовательную среду.	зации образовательного процесса в вузе на основе ФГОС; -социального партнерства в образовательной среде вуза;	социокультурные инновации;	ческих направлений в социокультурной сфере; основных принципов, направления, инноваций государственной политики в образовании; особенностей рискогенности российской культуры в условиях непрерывного образования;
	ПК 2. Осваивать социокультурные аспекты работы с молодежью.	воспитания информационно-правовой культуры студенческой молодежи;	создавать новые и совершенствовать традиционные формы работы со студенческой молодежью;	правовых аспектов профессиональной деятельности; специфики социального партнерства в сфере высшей школы; социального портрета современной учащейся молодежи;
	ПК 3. Включать маркетинговые стратегии в практику вузовской работы.	владения современными маркетинговыми технологиями	использовать маркетинговые технологии в работе со студентами.	маркетинговых стратегий;
	ПК 4. Производить коррекцию и оценку различных аспектов коммуникаций педагога образовательной организации.	владения современными коммуникационными технологиями;	эффективно организовать коммуникативный процесс;	коммуникативных технологий в образовательной среде;

Программа направлена на совершенствование следующих общекультурных компетенций (ОК):

ОК 2. Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

ОК 4. Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ОК 6. Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК 7. Способность к самоорганизации и самообразованию.

Обучающийся в результате освоения программы должен иметь практический опыт:

- владения современными технологиями: организации образовательного процесса в вузе на основе ФГОС;
- социального партнерства в образовательной среде вуза;
- воспитания информационно-правовой культуры студенческой молодежи;
- владения современными маркетинговыми технологиями;
- владения современными коммуникационными технологиями.

уметь:

- самостоятельно развиваться;
- использовать социокультурные инновации;
- создавать новые и совершенствовать традиционные формы работы со студенческой молодежью;
- использовать маркетинговые технологии в работе со студентами;
- эффективно организовать коммуникативный процесс.

знать:

- современные профессиональные научные и практические направления в социокультурной сфере;
- основные принципы, направления, инновации государственной политики в образовании;
- особенности рискогенности российской культуры в условиях непрерывного образования;
- правовые аспекты профессиональной деятельности;
- специфику социального партнерства в сфере высшей школы;
- социальный портрет современной учащейся молодежи;
- маркетинговые стратегии;
- коммуникативные технологии в образовательной среде.

1.5. Форма обучения – очная, с применением дистанционных образовательных технологий.

Режим занятий: 6-8 часов в день.

1.6. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы - удостоверение о повышении квалификации.

1.УЧЕБНЫЙ ПЛАН

таблица 1

№ п/п	Наименование модулей	Всего, час.	В том числе:			Форма промежуточной/итоговой аттестации
			Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные работы, выездные занятия)	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Модуль 1. Государственная образовательная политика	22	10	-	12	
2.	Модуль 2. Современная молодежь и модернизация образования	21	12	-	9	
3.	Модуль 3. Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательной организации	22	12	-	10	
4.	Модуль 4. Связи с общественностью в организациях образовательной сферы	21	12	-	9	
5.	Модуль 5. Интернет-коммуникации как средство сохранения и трансляции культурных ценностей	22	10	-	12	
6.	Итоговая аттестация					Итоговый зачет
Итого		108	56	-	52	

2. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Таблица 2

Дата, проведения занятий (неделя обучения)	Модуль	Тема / Примечания
1 неделя	Знакомство со структурой всей программы Модуль 1. Государственная образовательная политика. Модуль 2. Современная молодежь и модернизация образования.	Самостоятельная работа с информацией в оболочке Moodle с использованием ДОТ
2 неделя	Модуль 3. Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательной организации. Модуль 4. Связи с общественностью в организациях образовательной сферы.	
3 неделя	Модуль 5. Интернет-коммуникации как средство сохранения и трансляции культурных ценностей.	
3 неделя	Итоговая аттестация	

3. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ МОДУЛЕЙ

Таблица 3

3.1. Учебно-тематический план программы

№ пп	Наименование модулей, разделов и тем	Всего, час.	В том числе:			Форма промежуточной/итоговой аттестации
			Лекции	Практические занятия (семинары, лабораторные работы, выездные занятия)	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Модуль 1. Государственная образовательная политика	22	10	-	12	
1.1	Тема 1. Закон «Об образовании в Российской Федерации»	10	4	-	6	
1.2	Тема 2. Основные направления государственной политики в области борьбы с коррупцией	12	6	-	6	
2	Модуль 2. Современная молодежь и модернизация образования	21	12	-	9	
2.1	Тема 1. Социальный портрет современной студенческой молодежи	7	4	-	3	
2.2	Тема 2. Образовательные организации как институты социализации молодежи	7	4	-	3	
2.3.	Тема 3. Динамика ценностных ориентаций российской студенческой молодежи	7	4	-	3	

3.	Модуль 3. Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательной организации	22	12	-	10	
3.1	Тема 1. Образовательный маркетинг в условиях ФГОС	8	4	-	4	
3.2	Тема 2. Современный рынок образовательных услуг	7	4	-	3	
3.3	Тема 3. Маркетинговая среда образовательной организации	7	4	-	3	
4.	Модуль 4. Связи с общественностью в организациях образовательной сферы	21	12	-	9	
4.1	Тема 1. Связи с общественностью как коммуникативная деятельность образовательной организации	7	4	-	3	
4.2	Тема 2. Основные действия образовательных организаций по осуществлению связей с общественностью	7	4	-	3	
4.3	Тема 3. Способы эффективных связей с общественностью в образовательной организации	7	4	-	3	
5.	Модуль 5. Интернет-коммуникации как	22	10	-	12	

	<i>средство сохранения и трансляции культурных ценностей</i>					
5.1	Тема 1. Виртуализация культурного пространства	11	5	-	6	
5.2	Тема 2. Культурно-образовательные конструкты интернет-коммуникаций	11	5	-	6	
6.	Итоговая аттестация					Ито- го- вый- зачет
Итого		108	56	-	52	

Таблица 4

3.2. Учебная программа по модулям

№ п/п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы	Уровень освоения учебного материала
	2	3	
1.	Модуль 1. Государственная образовательная политика		
1.1.	Тема 1. Закон «Об образовании в Российской Федерации»	Закон «Об образовании в РФ»: структура, основные положения. Инновационный подход к организации высшего образования. Государственная политика в области образования, реформа образования. Россия в Болонском процессе. Создание, реорганизация и ликвидация образовательного учреждения. Комплексная аттестация образовательного учреждения.	ознакомительный
1.2.	Тема 2. Основные направления государственной политики в области борьбы с коррупцией	Деятельностная парадигма современного образования. Компетентностный подход в высшем образовании. Федеральный компонент государственного стандарта. Региональный компонент. Экспертиза учебных изданий.	ознакомительный
2.	Модуль 2. Современная молодежь и модернизация образования		
2.1.	Тема 1. Социальный портрет современной студенческой молодежи	Молодежь как социально-демографическая общность: содержание, типология. Юность как социальная проблема. Теория замедленной социализации молодежи. Комплексный критерий социальной зрелости. Формальные и неформальные молодежные движения и организации. Региональные молодежные движения и организации. Молодежные форумы России. Современные приоритеты студенчества: общие и специфические черты. Социально-психологические особенности молодежи и их проявление в социокультурной сфере. Проблемы социально-нравственной зрелости молодежи.	ознакомительный

		Социально-нравственный облик современной молодежи.	
2.2.	Тема 2. Образовательные организации как институты социализации молодежи	Гуманистическая парадигма образования как методологическая основа становления личности в контексте ее социализации. Социокультурная ценность идентификации. Личностно ориентированное образование как предпосылка процесса социализации.	ознакомительный
2.3.	Тема 3. Динамика ценностных ориентаций российской студенческой молодежи	Понятие и специфика ценностных ориентаций российской студенческой молодежи. Трансформация ценностей учащейся молодежи в условиях реализации ФГОС. Ценностные ориентиры молодежных субкультур. Воздействие социокультурных изменений на образ жизни и ценностные ориентации студенческой молодежи.	ознакомительный
3.	Модуль 3. Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательного учреждения		
3.1	Тема 1. Образовательный маркетинг в условиях ФГОС	Сущность и содержание образовательного маркетинга в условиях ФГОС. Образовательный маркетинг, как система организации деятельности образовательных учреждений с ориентацией на конкретного потребителя услуг. Основные исходные идеи образовательного маркетинга. Образовательная услуга и ее характеристики: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость. Основные виды деятельности учреждений образования. Специфика образовательных услуг. Параметры услуг: образовательные стандарты, учебные планы и программы, информация о методах, формах и условиях обучения, сертификаты, лицензии, дипломы.	ознакомительный
3.2	Тема 2. Современный рынок образовательных услуг	Маркетинговая информационная система. Источники получения маркетинговой информации в сфере образования. Надежность и достоверность измерения маркетинговой ин-	ознакомительный

		формации. Понятие рынка образовательных услуг и его развитие. Механизмы функционирования рынка образовательных услуг. Особенности перехода к рыночным отношениям в России. Основные законы рынка образовательных услуг. Цена как балансирующий элемент между спросом и предложением	
3.3.	Тема 3. Маркетинговая среда образовательной организации	Понятие маркетинговой среды. Составляющие маркетинговой среды. Основные факторы микросреды организации. Анализ основных факторов макросреды. SWOT- и PEST-анализ организации.	ознакомительный
4.	Модуль 4. Связи с общественностью в учреждениях образовательной сферы		
4.1	Тема 1. Связи с общественностью как коммуникативная деятельность образовательной организации	Предмет и содержание связей с общественностью. Роль связей с общественностью в организации коммуникативного пространства современного общества. Законодательство в сфере связей с общественностью. Цели и задачи связей с общественностью образовательного учреждения. Структуризация коммуникативного пространства образовательного учреждения.	ознакомительный
4.2	Тема 2. Основные действия образовательных организаций по осуществлению связей с общественностью	Взаимодействие ОУ с внутренними и внешними целевыми аудиториями. Принципы достижения доброжелательного отношения общественности к ОУ. Сохранение репутации ОУ. Продуктивные внутренние связи в ОУ. Матрица проблем и точек контакта в кооперации институтов Т. Лэптона.	ознакомительный
4.3	Тема 3. Способы эффективных связей с общественностью в образовательной организации	Создание информационных и событийных поводов для привлечения внимания общественности к ОУ. Событийно-инженерные технологии. Медийно-ориентированные технологии.	ознакомительный
5.	Модуль 5. Интернет-коммуникации как средство сохранения и трансляции культурных ценностей		

5.1	Тема 1. Виртуализация культурного пространства	Виртуализация культурного пространства и трансформация коммуникативного опыта. Социальность Интернета и персонализация информационных ресурсов. Условия и критерии результативности Интернет-коммуникаций. Социокультурные аспекты интернет коммуникаций.	ознакомительный
5.2	Тема 2. Культурно-образовательные конструкты интернет-коммуникаций	Влияние интернет-коммуникаций на формирование диалогического пространства в социокультурной среде. Культурные ценности и виртуализация социокультурного пространства личности. Изменение характера трансляции и интерпретации культурных ценностей в условиях интернет-коммуникаций. Применение интернет-коммуникаций для трансляции культурных ценностей на занятиях по гуманитарным дисциплинам.	ознакомительный
6.	Практические занятия	Не предусмотрены	
7.	Самостоятельная работа	Роль образования в активизации социальных изменений. Принципы взаимоотношений образовательных учреждений со СМИ. Использование технологий связей с общественностью в образовательных организациях. Специфика образовательных ценностей российской студенческой молодежи. Реализация государственной политики в области образования в регионе. Коммуникативная культура педагога высшей школы. Модели визуальной коммуникации. Этапы внедрения маркетинговых технологий в российском образовании. Организация проведения маркетинговых исследований сфере образования. Виртуальные социальные сети: проблемы и перспективы развития. Зарубежный опыт виртуализации культурных ценностей.	продуктивный

8.	Используемые образовательные технологии	Дистанционные образовательные технологии на базе платформы Moodle	
9	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Алимаева О. И. Определение направленности дальнейшего развития организационной культуры структурного подразделения вуза/ Образование в современном мире Саратов. Вып. 14: Сб. научн. статей. Саратов: СГУ, 2019. 412с.С. 130-134 2. Алимаева О. И. Определение направленности дальнейшего развития организационной культуры структурного подразделения российского вуза// Образование в современном мире Сборник научных статей. Вып. 15: Саратов: СГУ, 2020. 416с. С. 97-103 3. Андриенко Е.В. Профессиональная подготовка педагогов к воспитательной работе в контексте влияния социокультурных факторов//Педагогическое образование и наука. 2020. № 6. С. 7-12. 4. Вакулич Н.Р. Электронное обучение и дистанционные образовательные технологии в современном образовании: pro et contra// Образование в современном мире Сборник научных статей. Вып. 16: Саратов: СГУ, 2021. 148с. С. 122-125. 5. Вакулич, Н. Р. Маркетинговые исследования потребителей: возможности минимизации рисков в сфере дополнительного профессионального образования // Образование в современном мире Саратов. вып. 12: Сб. научн. статей. Саратов: СГУ, 2017. 416с.С. 352-357. 6. Вакулич, Н. Р. Реклама как инструмент продвижения продукта в дополнительном профессиональ- 	

		<p>ном образовании // Образование в современном мире Саратов. Вып. 13: Сб. научн. статей. Саратов: СГУ, 2018. 408с.С. 361-367.</p> <p>7. Вакулич, Н. Р. Стратегии диверсификации в дополнительном профессиональном образовании // Образование в современном мире Сборник научных статей. Вып. 15: Саратов: СГУ, 2020. 416с. С. 176-182.</p> <p>8. Вакулич, Н. Р. Управление рисками в сфере дополнительного профессионального образования // Образование в современном мире Сборник научных статей. Вып. 14: Саратов: СГУ, 2019. 412с. С. 344-351.</p> <p>9. Вакулич, Н.Р. Маркетинг в среднем профессиональном образовании: проблемы и перспективы// Образование в современном мире Сборник научных статей. Вып. 15: Саратов: СГУ, 2020. 416с. С. 369-372.</p> <p>10. Васютенкова И.В., Машарова В.А. Профессионально-личностное развитие педагога в условиях цифровизации современного общества//Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. 2020. № 3. С. 757-765.</p> <p>11. Гладкая И.В., Третьяков А.Л. Проект как педагогический инструмент профессиональной подготовки экспертов в современном вузе//Воспитание и социализация в современной социокультурной среде. Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции. Отв. редакторы С.В. Кривых, А.Д. Абашина. 2020. С. 186-192.</p> <p>12. Лохтина Т.Н. Развитие комму-</p>	
--	--	---	--

		<p>никативной культуры в образовательных организациях//Социальные процессы в современном российском обществе: проблемы и перспективы. материалы V Всерос. науч. конф. с междунар. участием. Иркутск, 2021. С. 161-166.</p> <p>13. Панкратова Л.Э. Престиж высшего образования в постковидноммире: анализ тенденций//Философские, социологические и психолого-педагогические проблемы современного образования. 2021. № 3. С. 44-47.</p> <p>14. Тарасов С.В. Факторы формирования личности педагога в современной образовательной среде//Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2021. № 2. С. 315-327.</p>	
--	--	---	--

4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

4.1. Материально-техническое обеспечение

При реализации программы с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий должны быть созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающей освоение слушателями программы в полном объеме независимо от места их нахождения.

4.2. Организация образовательного процесса

При реализации дополнительной профессиональной программы преподавание модулей в очной форме может осуществляться в форме авторских лекционных курсов и разнообразных видов коллективных и индивидуальных практических занятий, заданий и семинаров, обеспечивающих квалифицированное освещение тематики и минимума содержания, определенных настоящим документом.

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров: реализация дополнительной профессиональной программы повышения квалификации должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими опыт профессиональной деятельности в оболочке Moodle с использованием ДОТ. Преподаватели, как правило, должны иметь ученую степень или ученое звание.

5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Таблица 5

Формы и методы контроля и оценки результатов освоения модулей

Наименование модулей	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Модуль 1. Государственная политика в образовании	<ul style="list-style-type: none"> • Знание основных принципов государственной образовательной политики. • Практическая ориентация в основных вопросах модернизации высшего профессионального образования 	не предусмотрен
Модуль 2. Современная молодежь и модернизация образования	<p>Наличие навыков</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выявления особенностей формирования ценностного сознания молодежи в образовательной деятельности. • Исследования динамики ценностных ориентаций российской студенческой молодежи. • Практического использования возможностей образовательного учреждения высшей школы для социализации молодежи. 	не предусмотрен
Модуль 3. Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательной организации	<ul style="list-style-type: none"> • Знание маркетинговых стратегий как фактора креативного развития современного вуза. • Освоение марке- 	не предусмотрен

	тинговых стратегий, используемых в образовательном учреждении.	
Модуль 4. Связи с общественностью в учреждениях образовательной сферы	Умение подготовить программы ПР-кампании в ОО	не предусмотрен
Модуль 5. Интернет-коммуникации как средство сохранения и трансляции культурных ценностей	Умение применять интернет-коммуникации в качестве средства трансляции и сохранения ценностей культуры	не предусмотрен
Итоговая аттестация	Сформированность заявленных компетенций, умений, знаний	<u>Форма контроля:</u> Итоговый зачет <u>Методы контроля:</u> тестирование с использованием ДОТ

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Контрольно-измерительные материалы для проведения итоговой аттестации в форме тестирования.

Тестовые задания

1. Когда в нашей стране стал применяться маркетинг в сфере образования?
 - a. в период нэпа
 - b. в период экономических реформ 60-х гг. XX в.
 - c. в первой половине 90-х гг. XX в.
2. Определите связь между понятиями «сегментирование» и «позиционирование».
 - a. товар позиционируется на рынке в целом, а сегментация направлена на разделение рынка в целом
 - b. услуга позиционируется на выбранном сегменте
 - c. сначала товар позиционируется, а затем осуществляется сегментация рынка
 - d. это практически идентичные понятия
3. Выберите правильное определение образовательного маркетинга
 - a. деятельность по росту производительности труда в обществе
 - b. деятельность, управляющая продвижением образовательных услуг от производителей до потребителей
 - c. вид человеческой деятельности, направленной на улучшение социально-экономической и политической обстановки в обществе
 - d. комплексная система производства, транспортировки, хранения материальных ресурсов
4. Дифференцированный маркетинг можно охарактеризовать как:
 - a. разграничение услуг с помощью дифференциации комплексов маркетинга
 - b. дифференциацию своих услуг от услуг конкурентов
 - c. нацеливание на различные сегменты рынка с помощью различных комплексов маркетинга
5. При оценке возможностей образовательного учреждения на рынке управляющий по маркетингу должен:
 - a. оценивать каждую возможность в течение всего срока реализации проекта, так как потери в краткосрочном периоде могут скрывать прибыль в долгосрочном периоде
 - b. обращать внимание только на внутренние ресурсы, поскольку они поддаются контролю
 - c. избегать использования количественных критериев, так как они имеют тенденцию упрощать проблему
6. Укажите действие, отражающее сегментацию рынка
 - a. выявление нужных элементов рыночной инфраструктуры
 - b. анкетирование субъектов рынка

с. разбивка рынка на участки

7. Основная цель маркетинговых исследований:

а. получение первичной маркетинговой информации

б. для накопления и анализа необходимой информации

с. получение информации об изменениях во внешней среде организации

8. Дифференцированный маркетинг можно охарактеризовать как

а. нацеливание на различные сегменты рынка с помощью различных комплексов маркетинга

б. дифференциацию своих услуг от услуг конкурентов

с. разграничение услуг с помощью дифференциации комплексов маркетинга

9. В соответствии с Законом «Об образовании в РФ» образование в РФ подразделяется на следующие виды:

а. дополнительное профессиональное образование

б. дополнительное образование

с. профессиональное образование

д. общее образование

10. В соответствии с Законом «Об образовании в РФ» профессиональное образование реализуется по следующим уровням:

а. высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации (аспирантура)

б. начальное профессиональное образование

с. высшее образование – бакалавриат

д. высшее образование – специалитет, магистратура

е. среднее профессиональное образование

11. Получение образования в организациях осуществляется в следующих формах:

а. экстерната

б. очной

с. очно-заочной

д. заочной

12. Согласно ФЗ-№273 «Об образовании в Российской Федерации» к обучающимся могут быть применены следующие меры дисциплинарного взыскания:

а. замечание

б. отчисление

с. выговор

13. Согласно ФЗ-№273 «Об образовании в Российской Федерации» право на дополнительное профессиональное образование по профилю предоставляется работнику не реже, чем один раз в:

а. 5 лет

б. 3 года

с. 4 года

14. Сущность «конфликта интересов» в контексте деятельности государственных и муниципальных служащих трактуется

а. как столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов оппонентов или субъектов взаимодействия

б. как конфликт, возникающий между социальными ролями, функциональными обязанностями субъекта социального взаимодействия

с. как противоречие между личной заинтересованностью государственного или муниципального служащего и правами и законными интересами граждан, организаций, общества или государства

15. Преимуществами Интернета перед СМИ при установлении связей с общественностью являются:

а. мультимедийность

б. интерактивность

с. отсутствие посредников

д. персонализация