

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»



УТВЕРЖДАЮ

Ректор СГУ

Л.Ю.Коссович

2010 г.

Дополнительная профессиональная образовательная программа  
повышения квалификации

**«РИСКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ»**

**Руководители разработки программы:**

1. Голуб Ю.Г. - д. и. н., профессор, директор Института дополнительного профессионального образования
2. Поздняков А.Н. - д. и. н., доцент, заместитель директора Института дополнительного профессионального образования
3. Лысикова Н. П. - к. ф. н., доцент, заведующая кафедрой социокультурных основ образования Института дополнительного профессионального образования

**Разработчики программы:**

1. Лысикова Н. П. - к. ф. н., доцент, заведующая кафедрой социокультурных основ образования Института дополнительного профессионального образования
2. Алимаева О.А. - к. и. н., доцент, доцент кафедры социокультурных основ образования Института дополнительного профессионального образования
3. Вакулич Н.Р. - к. ф. н., доцент, доцент кафедры социокультурных основ образования Института дополнительного профессионального образования

## **1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ**

**1.1.** Категории слушателей, на обучение которых рассчитана программа повышения квалификации:

- научно-педагогические работники учреждений высшего профессионального образования.

**1.2.** Сфера применения слушателями полученных профессиональных компетенций, умений и знаний:

- образовательная деятельность;
- научно-исследовательская деятельность;
- социокультурная деятельность в образовательной среде;
- воспитательная работа со студентами в учебное и внеучебное время

## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДГОТОВКИ ПО ПРОГРАММЕ**

**2.1.** Нормативный срок освоения программы – 72 часа.

**2.2.** Режим обучения - 6 часов в неделю.

**2.3.** Формы работы – с частичным отрывом от работы.

## **3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

Слушатель, освоивший программу, должен:

**3.1.** Обладать профессиональными компетенциями, включающими в себя способность:

ПК 1. Включать социокультурные компоненты в образовательную рискогенную среду.

ПК 2. Осваивать социокультурные механизмы стабилизации образовательного учреждения в условиях риска.

ПК 3. Внедрять маркетинговые стратегии в практику вузовской работы.

ПК 4. Производить корректировку связей с общественностью, корпоративной культуры и организационного имиджа образовательного учреждения.

**3.2.** Владеть:

современными технологиями:

- продвижения образовательных услуг,
- использования публич рилейшнз в образовательных учреждениях,

- построения корпоративного имиджа учреждений высшей школы,
- формирования корпоративной культуры,
- межкультурных коммуникаций.

### 3.3. Уметь:

- самостоятельно адаптироваться к рискогенным ситуациям,
- создавать новые и совершенствовать традиционные формы межкультурного общения,
- использовать возможности социокультурных институтов в формировании современного образовательного пространства,
- эффективно внедрять маркетинговую деятельность в сферу образования,
- использовать имиджевую рекламу,
- реализовывать интернет-технологии в продвижении образовательных услуг,
- осуществлять корректировку корпоративной культуры и организационного имиджа образовательного учреждения,
- производить оценку эффективности рекламной деятельности.

### 3.4. Знать:

- современные риски в образовательной сфере и направления их минимизации,
- основные принципы и направления интеграции культуры и образования,
- социокультурные механизмы стабилизации рискогенных ситуаций в учреждениях образования,
- особенности формирования корпоративной культуры и организационного имиджа учреждений образования,
- стратегию и тактику публичных отношений в высшем учебном заведении,
- организацию и управление маркетинговой деятельностью в образовании,
- современный менеджмент рекламной деятельности высшего учебного заведения,
- организационные правовые проблемы и перспективы продвижения образовательных услуг,
- основные виды рекламы и специфику их использования на рынке образовательных услуг.

#### 4. СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

Программа направлена на овладение системой знаний и представлений о рискогенности современного образовательного пространства, динамических процессов взаимосвязи культуры, образования, а также социокультурных институтов в глобализирующемся мире и предусматривает изучение следующих модулей:

- Рискогенность в современном образовательном пространстве,
- Интеграция культуры образования в обществе риска,
- Социокультурные институты в эпоху глобализации,
- Корпоративная культура и организационный имидж образовательного учреждения,
- Связи с общественностью в учреждениях образовательной сферы,
- Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательных учреждений,
- Инновационные технологии продвижения образовательных услуг.

Таблица 1.

№	Наименование модулей	Всего, ча с.	В том числе:		
			Лекции	Практические занятия (семинары), лабораторные работы, выездные занятия	Самостоятельная работа
1	2.	3	4	5	6
1.	<b>Модуль 1.</b> Рискогенность в современном образовательном пространстве	10	6	-	4
2.	<b>Модуль 2.</b> Интеграция культуры образования в обществе риска	14	6	4	4
3.	<b>Модуль 3.</b> Социокультурные институты в эпоху	18	6	6	6

	глобализации				
4.	<b>Модуль 4.</b> Корпоративная культура и организационный имидж образовательного учреждения	18	6	6	6
5.	<b>Модуль 5.</b> Связи с общественностью в учреждениях образовательной сферы	15	6	4	5
6.	<b>Модуль 6.</b> Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательных учреждений	18	6	6	6
7.	<b>Модуль 7.</b> Инновационные технологии продвижения образовательных услуг	15	4	6	5
Итоговая аттестация		Защита выпускной квалификационной работы			
Итого		108	40	32	36

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

### Учебно-тематический план программы

Таблица 2

№ пп	Наименование модулей, разделов и тем	Всего, час.	В том числе:		
			Лекции	Практически е занятия (семинар ы), лаборатор ные работы, выездные занятия	Самост оите льна я рабо та
1.	2.	3.	4.	5.	6.
1.	<b><i>Модуль 1. Рискогенность в современном образовательном пространстве</i></b>	10	6	-	4
1.1	Тема 1. Общество риска и модернизация современного образовательного пространства	3	2	-	2
1.2	Тема 2. Риск как стратегия жизнедеятельности человека в современном обществе	3	2	-	-
1.3	Тема 3. Риск как характеристика современной образовательной деятельности	4	2	-	2
2.	<b><i>Модуль 2.</i></b>	14	6	4	4

	<b><i>Интеграция культуры и образования в обществе риска</i></b>				
2.1	Тема 1. Динамика интеграционных процессов в современном образовательном пространстве общества риска	2	2	-	-
2.2	Тема 2. Роль образования в культурной интеграции обучающихся	3	1	2	-
2.3	Тема 3. Особенности межкультурных коммуникаций в условиях интеграции культуры и образования	4	2	-	2
2.4	Тема 4. Интеграция культуры и образования как условие развития современного общества риска	5	1	2	2
3.	<b><i>Модуль 3. Социокультурные институты в эпоху глобализации</i></b>	18	6	6	6
3.1	Тема 1. Социокультурные механизмы стабилизации глобализационных процессов	4	2	2	2
3.2	Тема 2. Тенденции развития музеев в глобальном социокультурном пространстве	6	2	2	2
3.3	Тема 3.	6	2	2	2

	Современная библиотека как культурно-информационный центр				
4	<b>Модуль 4. Корпоративная культура и организационный имидж образовательного учреждения</b>	18	6	6	6
4.1	Тема 1. Корпоративная культура высшего учебного заведения	6	2	2	2
4.2	Тема 2. Динамика и составляющие организационного имиджа высшего учебного заведения	6	2	2	2
4.3	Тема 3. Программа мероприятий по развитию и укреплению устойчивого организационного имиджа	6	2	2	2
5.	<b>Модуль 5. Связи с общественностью в учреждениях образовательной сферы</b>	15	6	4	5
5.1	Тема 1. Связи с общественностью как коммуникативная деятельность образовательного учреждения	2	2	-	3
5.2	Тема 2. Основные действия образовательных учреждений по	4	2	2	-

	осуществлению связей с общественностью				
5.3	Тема 3. Способы эффективных связей с общественностью в образовательном учреждении	6	2	2	2
6.	<b>Модуль 6.</b> <b>Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательных учреждений</b>	18	6	6	6
6.1	Тема 1. Маркетинг образовательных услуг: основные понятия и специфика	6	2	2	2
6.2	Тема 2. Маркетинговые стратегии в образовании в условиях риска.	6	2	2	2
6.3	Тема 3. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования в России в рискогенных ситуациях	6	2	2	2
7.	<b>Модуль 7.</b> <b>Инновационные технологии продвижения образовательных услуг</b>	15	4	6	5
7.1	Тема 1. Маркетинговые коммуникации в сфере образования	4	2	2	-
7.2	Тема 2. Современные организационно-	6	1	2	3

	правовые проблемы и перспективы продвижения образовательных услуг				
7.3	Тема 3. Применение инновационных коммуникационных технологий в продвижении образовательных услуг.	5	1	2	2
Итоговая аттестация		Защита выпускной квалификационной работы			
Итого		108	40	32	36

Учебная программа

Таблица 3.

№ 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
	2	3
1.	<b>Модуль 1. Рискогенность в современном образовательном пространстве</b>	
1.1	Тема 1. Общество риска и модернизация современного образовательного пространства	Отличия техногенной цивилизации от традиционного общества. Ключевые аспекты антропологического кризиса: разрушение генома, загрязнение окружающей среды, возрастающее воздействие стрессов, генная инженерия. Динамика системы образования и уровня образованности человека в рискогенном обществе. Поиск инновационных моделей образования. Концепция общества знания и современное образовательное пространство.
1.2	Тема 2. Риск как стратегия жизнедеятельности человека в современном обществе	Риск и рисковая деятельность человека. Программные проекты по минимизации риска. Рискология как современная наука. Понятие риска. Ситуация риска. Решение о риске. Рисковая деятельность. Риск как ценность. Риск как ведущая стратегия жизнедеятельности человека и общества.

1.3	Тема 3. Риск как характеристика современной образовательной деятельности	Социокультурная характеристика обучающихся как предпосылка рисков. Социальная напряженность в отношениях участников образовательного процесса. Демографические и этнические аспекты современной образовательной деятельности. Основные типы рисков в системе образования.
1.4	Самостоятельная работа	Универсальная прагматика как основание для поиска взаимного понимания в обществе риска. Образовательные риски современных мегаполисов, городов и сел.
1.5	Используемые образовательные технологии	Объяснительно-иллюстративная лекция (тема 1). Проблемная лекция с опорой на самостоятельную работу (темы 1,3). Лекция с элементами групповой работы (тема 2). Групповая работа с раздаточным материалом (тема 2).
1.6	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ашмарин И. И. Гуманитарное знание и участники инновационного процесса // Человек. № 4. 2010. С. 28-38.</li> <li>2. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000.</li> <li>3. Бернстайн П. Против богов: Укрощение риска. М., 2006.</li> <li>4. Буянов В. П., Кирсанов К. А., Михайлов Л. М. Рискология. Управление рисками. М., 2003.</li> <li>5. Введение в социальную рискологию. Уч. пособие / Под. ред. В.Б. Устьянцева, М. О. Орлова. Саратов, 2010.</li> <li>6. Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана. М., 2002.</li> <li>7. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.</li> <li>8. Евдокимова А. И. Высшая школа в обществе риска // Наука и образование в обществе риска: Сб. науч. ст. / Под ред. проф. Ю. Г. Голуба. Саратов, 2009. С. 51-56.</li> <li>9. Клейнер Г. Б. Становление общества знаний в России: социально-экономические</li> </ol>

		<p>аспекты // <i>Общественные науки и современность</i>. № 3. 2005.</p> <p>10. Лысикова Н. П. Культурно-образовательные риски в условиях глобализации / <i>Образование в современном мире</i>: Сб. науч. ст. Саратов, 2007. С. 68-74</p> <p>11. Панарин А. С. <i>Искушение глобализмом</i>. М., 2000.</p> <p>12. Устьянцев В. Б. Концепты общества риска // <i>Философия, человек, цивилизация: новые горизонты XXI века</i>. Саратов, 2004. Ч. 2.</p> <p>13. Устьянцев В. Б. Риски общества знаний: философский дискурс // <i>Наука и образование в обществе риска</i>: Сб. науч. ст. / Под ред. проф. Ю. Г. Голуба. Саратов, 2009. С. 8-13.</p>
2.	<b><i>Модуль 2. Интеграция культуры и образования в обществе риска</i></b>	
2.1	Тема 1. Динамика интеграционных процессов в современном образовательном пространстве общества риска	Интеграционные процессы в образовании и культуре: цели, принципы, приоритеты. Категориальный статус современного образовательного пространства. Структура и функции образовательного пространства в обществе риска. Взаимодействие образовательного и культурного пространства. Особенности динамики интеграционных процессов в современном рискогенном образовании.
2.2	Тема 2. Роль образования в культурной интеграции обучающихся	Интеграция культуры и образования в контексте реформирования высшей школы. Социокультурная адаптация студентов в мультикультурной образовательной среде. Условия сохранения ментального ядра отечественной культуры в условиях повышения рискогенности образовательной среды. Противоречие между культурой и образованием.
2.3	Тема 3. Особенности межкультурных коммуникаций в условиях интеграции	Особенности межкультурных коммуникаций в обществе риска. Специфика вербальной и невербальной коммуникации представителей разных культур. Межкультурные различия познавательных процессов. Значение

	культуры и образования	межкультурной коммуникации в профессиональном становлении личности студента.
2.4	Тема 4. Интеграция культуры и образования как условие развития современного общества риска	Культура и образование в условиях глобализации и информатизации рискогенного общества. Интеграция ценностей образования и культуры в обществе риска. Риски интеграции культуры и образования.
2.5	Практическое занятие	Создание нового смыслового поля, содействующего культурному развитию и саморазвитию обучающейся молодежи. Продуктивность сотрудничества представителей разных культур в образовательном процессе.
2.6	Самостоятельная работа	Ментальное ядро российской культуры. Риск как стратегия жизнедеятельности человека и общества.
2.7	Используемые образовательные технологии	Лекция с элементами дискуссии (тема 1, 2) Проблемная лекция (темы 3, 4) Лекция с мультимедийным сопровождением для освоения информации (тема 3). Электронные ресурсы и мультимедиа технологии при освоении теоретических знаний (темы 1, 2, 3, 4). Деловая игра (тема 2,4).
2.8	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бауман З. Текущая современность / Пер. с англ.; под ред. Ю. В. Асочакова. СПб., 2008.</li> <li>2. Бергер П. Культурная динамика глобализации // Многоликая глобализация. М., 2004.</li> <li>3. Бойченко А. А. Процессы региональной интеграции в мировой экономике // Вестник Моск. ун-та. Серия 6. Экономика. 2007. № 2.</li> <li>4. Видт И. Е. Культурологическая интерпретация эволюции образовательных моделей // Высшее образование в России. 2003. № 3.</li> <li>5. Гуткин О. В. и др. Феномен культурного пространства / Под ред. Листвиной Е. В., Петровой Г. Н. Саратов, 2005.</li> <li>6. Добрынина В., Кухтевич Т. Культурные миры молодых россиян: По материалам социологических исследований // ALMA</li> </ol>

	<p>MATER. 2000.</p> <p>7. Зубкова А. Проблема взаимодействия культур в условиях глобализации // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008. №2.</p> <p>8. Кочетков В. В. Социология межкультурных различий. М., 2000.</p> <p>9. Лысикова Н. П. Интеграция культуры и образования в современных условиях / Гуманитарные науки, культура и образование: актуальные проблемы современности: сб. науч. тр. Саратов, 2006. С. 167-173.</p> <p>10. Лысикова Н. П. Культурно-образовательные риски в условиях глобализации // Образование в современном мире: Сб. науч. ст. Саратов, 2007. Вып. 2. С. 68-74.</p> <p>11. Лысикова Н. П. Особенности динамики интеграционных процессов в социокультурной сфере // Человек и общество: культурная интеграция: Сб. науч. ст. Саратов, 2008. С. 147-153.</p> <p>12. Лысикова Н. П., Вакулич Н. Р., Алимаева О. И., Листвина Е. В. Культурно-образовательное пространство современного человека: Колл. монография / Под ред. проф. Ю. Г. Голуба. Саратов, 2010.</p> <p>13. Реутов Н. Н. Интеграция светского и религиозного образования в современной России // Социальные структуры и процессы. Белгород, 2007. Вып. № 2.</p> <p>14. Современное образовательное пространство: единство, региональность непрерывность. Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. проф. Ю. Г. Голуба. Саратов, 2005.</p> <p>15. Социокультурное пространство современной России: тенденции развития: Межвуз. сб. науч. ст. Саратов, 2007.</p> <p>16. Строменко М. Д. Социокультурный подход к теории «ценностей» // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2007. № 3. С. 10-13.</p> <p>17. Урсул А. Концепция опережающего образования // Alma Mater. 2006. № 7.</p>
--	---

		18. <a href="http://rspu.ru/university/publicn/schools/2/6.htm">http: // rspu.ru / university / publicn / schools / 2/6.htm</a> 19. <a href="http://murza.ru/books/manipul/manipul15.htm">murza.ru/books/manipul/manipul15.htm</a>
3.	<b>Модуль 3. Социокультурные институты в эпоху глобализации</b>	
3.1	Тема 1. Социокультурные механизмы стабилизации глобализационных процессов	Традиционные культуры в глобальном обществе. Глобальный и универсальный характер массовой культуры. Перспективы развития локальных, национальных культур.
3.2	Тема 2. Тенденции развития музеев в глобальном социокультурном пространстве	Перспективные направления развития современного музееведения. Новые типы музеев. Коммуникативная модель музея. Теория Дж. Камерона. Музейная андрагогика: современные проблемы развития. Современная концепция образовательных учреждений и музея как единого социокультурного пространства.
3.3	Тема 3. Современная библиотека как культурно-информационный центр	Современная библиотека как социокультурный институт в условиях глобализации. Модели современной библиотеки. Библиотека в культурном взаимодействии народов.
3.4	Практические занятия	Общечеловеческое культурное наследие как основной механизм стабилизации социума. Современные музеи в контексте «Цивилизации досуга». Роль инновационных технологий в формировании информационной среды библиотеки.
3.5	Самостоятельная работа	Содержание понятия «социотехнос». Роль социотехноса в условиях общества риска. Интерактивные модели современного музея. Информационные технологии в деятельности современной библиотеки.
3.6	Используемые образовательные технологии	Лекция с элементами дискуссии (темы 1,2). Лекция с мультимедийным сопровождением для освоения информации, групповая работа с элементами дискуссии (тема 3). Групповая работа с элементами дискуссии (темы 1,2,3).
3.7	Перечень рекомендуемых	1. Алимаева О.И. Библиотека в эпоху

<p>учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы</p>	<p>глобализации: образовательный аспект// Библиотека, 2005, №. 1. С. 10-11.</p> <p>2. Алимаева О. И. Социокультурные институты в эпоху глобализации: образовательный аспект// Современное образовательное пространство: Единство. Региональность. Непрерывность. Саратов, 2005. С. 34-37.</p> <p>3. Алимаева О. И. Библиотеки и музеи как социокультурные институты в эпоху глобализации// Современная библиотека: традиции и инновации. Саратов, 2005. С. 10-14.</p> <p>4. Алтухова Г.А. Профессиональная этика библиотекаря. М., 2000.</p> <p>5. Антопольский А.Б. Информационные ресурсы России. М., 2005.</p> <p>6. Бирюкова М.А. Глобализация: интеграция и дифференциация культур // Философские науки. 20-01. №1.</p> <p>7. Бородина В.А. Библиотечное обслуживание. М., 2004.</p> <p>8. Васильева И.А., Осипова Е.М., Петрова Н.Н. Психологические аспекты применения информационных технологий // Вопросы психологии. 2002. № 3.</p> <p>9. Вохрышева Е.В., Стрельников В.Н. Медиатехнологии – путь в будущее современных библиотек. М., 2005.</p> <p>10. Дворкина М.Я. Библиотечное обслуживание – новая реальность. М., 2000</p> <p>11. Езова С.А. Культура общения библиотекарей. М., 2004.</p> <p>12. Жарков Н.Д. Технология культурно-досуговой деятельности. М., 2002.</p> <p>13. Информационная цивилизация: пространство, культура, человек / Под ред. В.Б. Устьянцева. Саратов, 2000.</p> <p>14. Карпов О.А. Социокультурный контекст индивидуальных проблемно-познавательных программ // Вопросы философии. 2006. №5.</p> <p>15. Кастельс М. Информационная эпоха. М., 2000.</p> <p>16. Кирьянов Д.В. Технология и культура в</p>
--	---

		<p>глобальном мире //www.nauka-slovo.ru/node.135/</p> <p>17. Коваль С. Образовательный и культурный центр // Библиотека. 2000. №1.</p> <p>18. Коряковцева Н.А. Техника информационно-библиотечной работы. М., 2004.</p> <p>19. Лысикова Н.П. Музейная андрагогика // Мир музея. 2007. № 7.</p> <p>20. Макаренкова И. Музей и библиотеки: совместные проекты//Справочник руководителя учреждения культуры. 2003. № 4.</p> <p>21. Межуев В.М. Культура и образование // Вестник высшей школы. 2004. №5.</p> <p>22. Михнова И.Б. Библиотека как информационный центр для населения: проблемы и их решения. М., 2000.</p> <p>23. Модельный стандарт деятельности публичной библиотеки // Справочник руководителя учреждения культуры. 2002. № 4.</p> <p>24. Панарин А. Философия истории // www.gumer.unfo/bogoslov_Buks/Panarin/03.ph p.</p> <p>25. Российское библиотековедение: XX век. Направления развития, проблемы и итоги. Опыт монографического исследования / РГБ. Науч. ред. Л. М. Инькова. М., 2003.</p> <p>26. Самохвалова В. И. Маскульт и маленький человек // Философские науки. 2001. №1.</p> <p>27. Современная библиотека: традиции и инновации: Сб. науч. тр. / Под общ. ред. Н.П. Лысиковой. Саратов, 2005.</p> <p>28. Тувинцева Ч.К. Интеллектуальные и социальные составляющие высшего образования. // Человек. 2005. №1.</p> <p>29. Чачко А.С. Развивающаяся библиотека в информационном обществе. М., 2004.</p> <p>30. Чуприна Н.Т. Универсальная библиотека: инновационная деятельность в профессиональной работе. М., 2005.</p> <p>31. Юдин. Б.Г. О гуманитарной составляющей высшего образования //</p>
--	--	---

		Вестник высшей школы. 2004. № 5. 32. Юхневич М.Ю. Я поведу тебя в музей. М., 2001
4.	<b>Модуль 4. Корпоративная культура и организационный имидж образовательного учреждения</b>	
4.1	Тема 1. Корпоративная культура высшего учебного заведения	Корпоративная культура как интегральная характеристика ценностей, паттернов поведения, способов оценки результатов деятельности вуза. Основные характеристики корпоративной культуры. Формальная и неформальная системы ценностей в учреждениях образования. Взаимосвязь и взаимодополнительность имиджа организации и корпоративной культуры в рискогенной образовательной среде.
4.2	Тема 2. Динамика и составляющие организационного имиджа высшего учебного заведения	Понятие организационного имиджа образовательного учреждения. Описательная и оценочная составляющие имиджа вуза. Динамика и типология организационного имиджа. Имидж и репутация высшего учебного заведения.
4.3	Тема 3. Программа мероприятий по развитию и укреплению устойчивого организационного имиджа	Основные направления работы по созданию позитивного имиджа высших учебных вузов в условиях рискогенной среды. Базовые основы. Внешний имидж. Внутренний имидж. Неосязаемый имидж. Мастер-план имиджа бренда. Технологии построения организационного имиджа.
4.4	Практические занятия	Принципы российского кодекса корпоративного поведения: история и современность. Формирование корпоративной репутации. Алгоритм развития и укрепления организационного имиджа учреждений образовательной сферы.
4.5	Самостоятельная работа	Позитивный имидж руководителя образовательного учреждения. Этапы формирования корпоративной культуры учебного образования. Анализ моделей и типов корпоративной культуры учреждений образования.

4.6	Используемые образовательные технологии	<p>Электронные ресурсы и мультимедиа технологии при освоении теоретических знаний (темы 1, 2, 3).</p> <p>Проблемная лекция (темы 2, 3).</p> <p>Проведение групповой дискуссии (темы 1,2).</p> <p>Метод малых групп (тема 3).</p>
4.7	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бришан Е. С. Имидж женщин-ученых: традиции и современность // Материалы I международного симпозиума по имиджелогии. М., 2005.</li> <li>2. Брянцева Е. А. Профессиональный имидж преподавателей вуза в современной России / Сорокинские чтения. М., 2007.</li> <li>3. Душенкина Е. Корпоративный имидж. Корпоративная имиджелогия. М., 2008.</li> <li>4. Как нравиться людям / Сост. В. М. Шепель.</li> <li>5. Козлов В. В. Корпоративная культура: Уч.-практ. пособие. М., 2009.</li> <li>6. Лысикова Н. П. Имиджелогия в социокультурной сфере: Уч. пособие. Саратов, 2004.</li> <li>7. Лысикова Н. П., Лысикова О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере: Уч. пособие. М., 2006.</li> <li>8. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М., 2007.</li> <li>9. Пискунов М. С. Имидж образования учреждения: структура и механизмы формирования. Мониторинг и стандарты в образовании. 1999. № 5.</li> <li>10. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Киев, 2000.</li> <li>11. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании. 2-е изд. М., 2007.</li> <li>12. Спивак В. А. Корпоративная культура. СПб., 2001.</li> <li>13. Сухорукова М. «Ценности как ключевой элемент организационной культуры» // Управление персоналом. 2000. № 11 (53).</li> <li>14. Уваров Н. Н. Имидж руководителя системы образования // Педагогика. 2001. № 7.</li> <li>15. Шмелева Н. Б. Личность и деятельность преподавателя вуза, его имидж / Социальные технологии и ее исследования. 2008. № 3.</li> </ol>

		16. <a href="http://www.sistema.ru">http: <u>www.sistema.ru</u></a>
5.	<b>Модуль 5.</b> <b>Связи с общественностью в учреждениях образовательной сферы</b>	
5.1	Тема 1. Связи с общественностью как коммуникативная деятельность образовательного учреждения	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.
5.2	Тема 2. Основные действия образовательных учреждений 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.
5.3	Тема 3. Способы эффективных связей с общественностью в образовательном учреждении	Создание информационных и событийных поводов для привлечения внимания общественности к ОУ. Событийно-инженерные технологии. Медийно-ориентированные технологии.
5.4	Практические занятия	Актуальность проблемы кооперации между ОУ для осуществления целей и задач связей с общественностью. Использование медийно-ориентированных технологий в образовательном учреждении
5.5	Самостоятельная работа	Принципы взаимоотношений образовательных учреждений со СМИ. Использование технологий связей с общественностью в образовательных учреждениях Саратовского региона.
5.6	Используемые образовательные технологии	Лекция с использованием мультимедийных средств для усвоения информации (темы 1,2,3). Деловая игра (тема 2,3).

5.7	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<p>1. Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф., Уилкокс Д. Самое главное в PR / Пер. с англ. СПб., 2006</p> <p>2. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г.. Психологические основы «Паблик рилейшнз». СПб., 2007.</p> <p>3. Германович А. Идеальный PR-департамент. URL:<a href="http://www.sovetnik.ru/magazine/archive/2010/1">www.sovetnik.ru/magazine/archive/2010/1</a></p> <p>4. Гладущенко Ю.В., Запускалов С.В. Роль отдела по связям с общественностью в формировании имиджа вуза. URL: <a href="http://www.mivglu.ru/conf/zvorykin2010/materials">www.mivglu.ru/conf/zvorykin2010/materials</a>.</p> <p>5. Зайцев Д. А., Надоршин Е. Р. Обоснование инвестиционной привлекательности культурного проекта // Справочник руководителя учреждения культуры. 2004. № 5.</p> <p>6. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие. М., 2006.</p> <p>7. Коновалова Э. PR-технологии в современном обществе: мечты и действительность. URL: <a href="http://www.sovetnik.ru/magazine/archive/2006/3">www.sovetnik.ru/magazine/archive/2006/3</a></p> <p>8. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. URL: <a href="http://www.r-u.ru/biblio/archive/korolko_osnovi">www.r-u.ru/biblio/archive/korolko_osnovi</a></p> <p>9. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. М., Киев, 2001.</p> <p>10. Лисагор М. Роль ПР в развитии и эффективном функционировании образовательных учреждений. URL: <a href="http://www.irc.y-su.ru">www.irc.y-su.ru</a></p> <p>11. Макарова Е. Будущее PR-образования – в совместной работе студентов, преподавателей и практиков. URL:<a href="http://www.sovetnik.ru/magazine/archive/2010/6">www.sovetnik.ru/magazine/archive/2010/6</a></p> <p>12. Милан М. Д. Реклама на радио, TV и в Интернете: Учебное пособие / Пер. с англ. М., 2006.</p> <p>13. Ньюсом Д. и др. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. М., 2002.</p> <p>14. Олийник В.А. Стратегические</p>
-----	--	---

		<p>коммуникации (паблик рилейшнз) в образовании. М., 2000.</p> <p>15. Паблик рилейшнз или стратегия доверия. М., 2006.</p> <p>16. Почекаев Р. История связей с общественностью. М., 2007.</p> <p>17. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз. М., 2003.</p> <p>18. Тимофеев М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз). М., 2005.</p> <p>19. Чумиков А. М. Связи с общественностью. М., 2005.</p> <p>20. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. М., 2001.</p> <p>21. Ширли Х. Связи с общественностью. Вводный курс. М., 2006.</p> <p>22. Шомели Ж. Реклама и PR. М., 2007.</p> <p>23. Шомели Ж., Уисман Д. Связи с общественностью. URL: <a href="http://evartist.narod.ru/text19/020.htm/">evartist.narod.ru/text19/020.htm/</a></p>
6	<b><i>Модуль 6. Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательных учреждений</i></b>	
6.1	Тема 1. Маркетинг образовательных услуг: основные понятия и специфика	<p>Сущность маркетинга. Особенности маркетинговой деятельности в сфере образования. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг. Основные функции маркетинга и их реализация в сфере образования. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг. Социально-этическая концепция маркетинга в условиях рискогенной среды. Специфика маркетинговой среды образовательного учреждения. Внутренняя среда образовательного учреждения. Влияние компонентов внешней маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг. Неконтролируемые и контролируемые факторы среды. Исследование макросреды образовательного учреждения, ее основных</p>

		<p>слагаемых: демографического, экономического, природного, научно-технического, политического, культурного факторов. Основные принципы сегментирования рынка образовательных услуг. Модель покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке образовательных услуг.</p>
6.2	<p>Тема 2. Маркетинговые стратегии в образовании в условиях риска</p>	<p>Стратегии охвата рынка образовательных услуг: недифференцированный, дифференцированный и концентрированный образовательный маркетинг. Факторы выбора стратегии охвата рынка образовательных услуг: ресурсы образовательного учреждения, степень однородности услуг, этап жизненного цикла услуг, степень однородности рынка образовательных услуг. Влияние требований потребителей образовательных услуг на формирование профессиональных компетенций. Ценовая дифференциация и ценовая дискриминация на рынке образовательных услуг.</p>
6.3	<p>Тема 3. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере образования в России в рискогенных ситуациях</p>	<p>Процесс интеграции России в международное образовательное пространство. Применение маркетинговых технологий для снижения уровня риска в образовательной среде. Глобальный экономический кризис и его влияние на изменение структуры рынка образовательных услуг. Маркетинговая деятельность образовательных учреждений России по преодолению демографического кризиса.</p>
6.4	<p>Практические занятия</p>	<p>Сегментация рынка образовательных услуг Образовательные маркетинговые стратегии конкурентов Инновации в организации маркетинговой деятельности в сфере образования в России</p>
6.5	<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Изучение маркетинговой среды выбранного образовательного учреждения. Исследование сегмента рынка образовательных услуг. Анализ цен конкурентов на рынке образовательных услуг.</p>
6.6	<p>Используемые</p>	<p>Проблемные лекции с использованием</p>

	образовательные технологии	мультимедийного оборудования (темы 1,2,3). Практические занятия проходят в форме деловой игры с применением компьютерной техники и системы Интернет (темы 1,2,3).
6.7	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Закон РФ «Об образовании». URL: <a href="http://mon.gov.ru/dok/fz/obr/3986/">http://mon.gov.ru/dok/fz/obr/3986/</a></li> <li>2. и практика. (<a href="http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/index.htm">http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/index.htm</a>).</li> <li>3. Федеральный закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании». URL: <a href="http://mon.gov.ru/dok/fz/obr/3993/">http://mon.gov.ru/dok/fz/obr/3993/</a></li> <li>4. Структура проекта федерального закона «Об образовании в Российской Федерации». URL: <a href="http://mon.gov.ru/dok/proj/6649/">http://mon.gov.ru/dok/proj/6649/</a></li> <li>5. Андреев С.Н. Особенности спроса и предложения в российской некоммерческой сфере //Некоммерческие организации в России. 2004. №5.</li> <li>6. Артюшина И. Инструмент коммуникации между вузами и рынком труда/ И. Артюшина // Высшее образование в России. 2006. № 6.</li> <li>7. Баранник М.А. Маркетинг образовательных услуг: базовые понятия // <a href="http://www.ooipkro.nm.ru">www.ooipkro.nm.ru</a>.</li> <li>8. Белаш О. Ю. О маркетинговой деятельности в государственном техническом вузе // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 1.</li> <li>9. Бирюков А. Интернационализация российского высшего образования// МЭиМО. 2006. № 10.</li> <li>10. Бухарова Г.Д. Маркетинг в образовании: Учеб. пособие для студентов вузов. М., 2010.</li> <li>11. Вакулич Н.Р. Маркетинговые услуги в сфере библиотеки // Современная библиотека и образование: социокультурный аспект: Научно-практическое пособие. М., 2009.</li> <li>12. Вакулич Н.Р. Образовательный маркетинг // Социокультурная</li> </ol>

		<p>компонента современного вузовского образования: Учебно-методическое пособие. Саратов, 2009.</p> <p>13. Гвозденко А. Н. Российские экономические вузы: имидж или доля рынка? // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 2.</p> <p>14. Дорофеев А. Профессиональная компетентность как показатель качества образования / А. Дорофеев // Высшее образование в России. 2005. № 4.</p> <p>15. Жураковский В. Модернизация высшего образования: проблемы и пути их решения // Высшее образование в России. 2006. № 1.</p> <p>16. Кожухар В.М., К определению содержания образовательной услуги // Маркетинг в России и за рубежом. 2005 №3.</p> <p>17. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент: 12-е изд. СПб., 2006.</p> <p>18. Лебедева М. Политикообразующая функция высшего образования в современном мире // МЭиМО. 2006. № 10.</p> <p>19. Литвинова Н. П., Подшибякина Е. Н., Шереметова В. В. Маркетинг образовательных услуг. СПб.; Казань, 2002.</p> <p>20. Матвеева И.В. Качество образования в информационном обществе // Стандарты и качество. 2005. № 9.</p> <p>21. Мешков А.А., Жильцова С.В. Создание «совместной» ценности услуги в области бизнес-образования на основе маркетинга партнерских отношений // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. №5.</p> <p>22. Миляева Л. Г. Маркетинговый подход к обоснованию стоимости платных образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 4.</p> <p>23. Миляева Л.Г. Маркетинговый подход к оценке качества образования: анализ и пути // Маркетинг в России и за</p>
--	--	---

		<p>рубежом. 2005. №2.</p> <p>24. Панкрухин А. П. Маркетинг образовательных услуг: методология теория</p> <p>25. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг// <a href="http://www.koism.rags.ru">http://www.koism.rags.ru</a>.</p> <p>26. Пашкус Н. А. Инновационность реформ образования в России: методология исследования, оценка эффективности и рисков. СПб., 2007.</p> <p>27. Петров А., Сухов С. Стратегическое управление конкурентоспособностью вуза. // Высшее образование в России. 2007. № 2.</p> <p>28. Пищулин Н. П. Маркетинг образования. М., 2001.</p> <p>29. Платонова Н.А., Христофорова И.В. Маркетинговые подходы к изучению потребностей в товарах и услугах в вузах // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. №5.</p> <p>30. Сагинов К.А. Маркетинг образовательных услуг региона // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. №5.</p> <p>31. Сагинова О., Нефедова О. Как продать образование: восприятие коммуникаций вуза в ситуации принятия решения // Маркетинг услуг. 2005. № 2.</p> <p>32. Трайнев В.А., Дмитриев С.А., Пинчук И.И. Менеджмент и маркетинг в образовании, науке и производстве и его информационное обеспечение (методология и практика). М., 2007.</p> <p>33. Чухломин В.Д. Ценообразование на образовательные услуги с учетом факторов внутренней среды организации // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. №6.</p> <p>34. Яскевич Е. В. Исследование потребителей как основа маркетингового управления высшим учебным заведением //Маркетинг в России и за рубежом. 2007. № 2.</p>
7.	<b>Модуль 7.</b>	

	<i>Инновационные технологии продвижения образовательных услуг</i>	
7.1	Тема 1. Маркетинговые коммуникации в сфере образования	Содержание и практика маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг. Элементы маркетинговых коммуникаций. Функциональные составляющие коммуникаций. Этапы создания действенной системы коммуникаций. Реклама на образовательном рынке. Цель и задачи позиционирования образовательных услуг. Технология позиционирования образовательных услуг. Принципы экспертной оценки эффективности позиционирования образовательных услуг. Стратегии позиционирования образовательных услуг. Основные направления позиционирования образовательных услуг. Сфокусированное позиционирование образовательных услуг. Матрица конкурентных преимуществ образовательных услуг. Методы рыночного позиционирования и оценки продуктового портфеля образовательного учреждения: матрица Boston Consulting Group (BCG), матрица Ансоффа, мультифакторная оценочная модель GE /McKinsey.
7.2	Тема 2. Современные организационно-правовые проблемы и перспективы продвижения образовательных услуг	Особенности менеджмента рекламной деятельности образовательного учреждения. Основные задачи и виды деятельности отдела рекламы в вузе. Формирование и управление рекламным бюджетом. Принципы выбора и варианты сотрудничества с рекламными агентствами. Федеральное и региональное законодательство, регламентирующее образовательные услуги. Законодательство о защите прав потребителей. Лицензирование образовательной деятельности, аттестация и аккредитация образовательных услуг.
7.3	Тема 3. Применение инновационных коммуникационных технологий в	Интернет-маркетинг в сфере образования. PR и связи с общественностью в сфере образования. Место личных продаж и прямого маркетинга на рынке образовательных услуг. Фирменный стиль

	продвижении образовательных услуг	образовательного учреждения: компоненты и особенности разработки информационных и рекламных материалов. Визуальный образ вуза, его роль и продвижение на рынок образовательных услуг Брэндинг образовательного учреждения. Корпоративные вузовские подарки. Выставочная деятельность вуза. Электронные коммуникации вуза как канал продвижения образовательных услуг. Применение корпоративного сайта вуза в рекламной деятельности, интернет-продвижение образовательных услуг на рынке Обзор и анализ рекламной деятельности конкурентов.
7.4	Практические занятия	Рекламно-маркетинговые технологии как инструмент конкуренции Организация и проведения рекламных кампаний на рынке образовательных услуг. Интернет-технологии в продвижении образовательных услуг.
7.5	Самостоятельная работа	Анализ рекламной продукции образовательного учреждения. Оценка эффективности рекламной деятельности образовательного учреждения; разработка рекомендаций для рекламной службы вуза.
7.6	Используемые образовательные технологии	Проблемные лекции с использованием мультимедийной и компьютерной техники (темы 1,2,3). Интерактивная форма проведения практических занятий с привлечением компьютерных средств (темы 1,2,3).
7.7	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	1. Аакер Д. Создание сильных брендов. М., 2004. 2. Аликперов И. Формирование имиджа образовательного учреждения: западный и российский варианты// <a href="http://www.prof.msu.ru/publ/omsk/53.htm">http://www.prof.msu.ru/publ/omsk/53.htm</a> 3. Вакулич Н.Р. Роль рекламы и средств массовой коммуникации в процессе мифологизации общественного сознания// Стратегии и практики современных коммуникаций. Сборник научных трудов. Саратов: Изд-во «Научная книга», 2004. - 242 с. - С.232-237.

		<p>4. Вакулич Н.Р. Социокультурный феномен рекламы в виртуальном пространстве современного города// Виртуальное пространство культуры. Сб. научн. статей. Саратов: изд. «Наука»,2008. – 238с. - С. 137-142 .</p> <p>5. Вифлеемский А. Б. PR-технологии в образовании // PR в образовании. 2003. № 1.</p> <p>6. Голубкова Е. Н. Маркетинговые коммуникации. М., 2003.</p> <p>7. Жуковская Я.О. Особенности формирования имиджа образовательных учреждений// <a href="http://perspectives.utmn.ru/2008_8/2.4.htm">http://perspectives.utmn.ru/2008_8/2.4.htm</a></p> <p>8. Каверина Е. А. Организация рекламной деятельности вуза. СПб., 2007.</p> <p>9. Карпов Е. Б. Имидж в образовании // PR в образовании. 2003. № 6.</p> <p>10. Кирьянов М. В. Проблемы применения PR-технологий в государственных образовательных учреждениях: <a href="http://www.siteedit.ru/reklama26">www.siteedit.ru/reklama26</a>.</p> <p>11. Лисагор М. В. Роль публичных релейшнз в развитии и эффективном функционировании образовательного учреждения: <a href="http://www.rrc.y-su.ru/resource/network/doc34/4.9.htm">http://www.rrc.y-su.ru/resource/network/doc34/4.9.htm</a>..</p> <p>12. Маскин В. В. Нормативно-правовое обеспечение образовательных учреждений в условиях модернизации: Сборник документов и материалов. М., 2006</p> <p>13. Панкрухин А. П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. М., 1995.</p> <p>14. Самохин М. Ю., Самохина А. К., Карпова О. Е. Бренды в образовании // PR в образовании. 2003. № 1.</p> <p>15. Тотмянина Ю. В. Технология организации PR-кампании // PR в образовании. 2003. № 6.</p>
--	--	---

## 6. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ

Формы и методы контроля и оценки результатов освоения модулей

Таблица 4

Наименование модулей	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<b>Модуль 1.</b> Рискогенность в современном образовательном пространстве	Умение ориентироваться в современной образовательной рискогенной среде.	- беседа; - анкетирование
<b>Модуль 2.</b> Интеграция культуры и образования в обществе риска	Освоение динамики интеграционных процессов в современном образовании.	- анализ проблемной ситуации
<b>Модуль 3.</b> Социокультурные институты в эпоху глобализации	Формирование представлений о роли социокультурных институтов в процессе стабилизации	- круглый стол

	рискогенного социума.	
<b>Модуль 4.</b> Корпоративная культура и организационный имидж образовательного учреждения	Разработка программы мероприятий по развитию и укреплению организационного имиджа ОУ в условиях риска.	- программа мероприятий
<b>Модуль 5.</b> Связи с общественностью в учреждениях образовательной сферы	Подготовка программы ПР-кампании в ОУ	- программа ПР-кампании
<b>Модуль 6.</b> Маркетинговые стратегии как фактор креативного развития образовательных учреждений	Разработка маркетинговой стратегии образовательного учреждения	план внедрения разработанной стратегии в деятельность образовательного учреждения
<b>Модуль 7.</b> Инновационные технологии продвижения образовательных услуг	Создание рекламного продукта по продвижению образовательного бренда	презентация образовательного учреждения
<b>Итоговая аттестация</b>	Сформированность заявленных компетенций, умений, знаний	Подготовка и защита выпускной квалификационной работы