



Принято  
Решением Педагогического совета  
АНПОО «МАНО»  
Протокол № 01-01/35 от 30.08.2024

Утверждено  
Ректор АНПОО «МАНО»



В.И. Гам

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Образовательный маркетинг»

для реализации дополнительной профессиональной программы  
профессиональной переподготовки  
«**Менеджмент в образовании**»

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины
2. Требования к уровню освоения содержания учебной дисциплины
3. Структура и содержание дисциплины (модуля)
4. Методические указания для организации самостоятельной работы
5. Условия реализации программы
6. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины
7. Приложения

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Менеджмент в образовании»

## 1.2. Место учебной дисциплины в структуре профессиональной образовательной программы

Данная учебная дисциплина относится к блоку профессиональных и специальных дисциплин.

## 1.3. Цели и задачи учебной дисциплины

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

Задачи дисциплины:

- познакомить с основными понятиями теории маркетинга,
- адаптировать общую теорию и методику к маркетингу в сфере образования;
- показать значение маркетинга в работе современного образовательного учреждения;
- научиться применять знания, умения и навыки маркетинговой деятельности в управлении образовательным учреждением.

## 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины

Количество часов на освоение программы дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося – 8 часов, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 6 часов, самостоятельной работы обучающегося – 2 часа.

# 2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

**знать:**

- основные понятия теории маркетинга и рыночной экономики;
- основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения;
- отличительные особенности образовательной услуги, ее параметры и характеристики;
- особенности поведения потребителей на рынке образовательных услуг и т.д.

**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 навыками:**

- по проектированию стратегического развития образовательного учреждения на основе маркетинговых подходов;
- по разработке плана маркетинга образовательных услуг;
- по осуществлению эффективного контроля качества за маркетинговой деятельностью образовательного учреждения.

### 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Объем часов (по наличию видов занятий)										Форма итогового контроля
Общая трудоемкость	Аудиторные занятия					Самостоятельная работа				
	Всего	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации	Другие виды занятий	Всего	Курсовая работа	Реферат	Другие виды самостоятель	
<b>8</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>			<b>2</b>			<b>2</b>	<b>зачёт</b>

#### ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Раздел дисциплины, содержание	Всего	Аудиторные			Самостоятельная работа слушателей	Формы межсессионного контроля
		Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторный практикум		
<b>Тема 1. Особенности образовательного маркетинга</b>	<b>2</b>	<b>2</b>				

<b>Тема 2.</b> Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг	<b>2</b>	<b>2</b>				
<b>Тема 3.</b> Разработка маркетингового комплекса	<b>2</b>		<b>2</b>			
<b>Тема 4.</b> Особенности маркетинговой деятельности образовательных учреждений	<b>2</b>				<b>2</b>	
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>зачёт</b>

### **Основное содержание дисциплины:**

#### ***Тема 1. Особенности образовательного маркетинга***

Понятия: маркетинг как наука, философия, учебная дисциплина. История развития маркетинга как науки. Предпосылки маркетинга. Теоретическое обоснование научных подходов к понятию «маркетинг».

Понятия: маркетинг, социально-ориентированный маркетинг, маркетинг образования, образовательный маркетинг, маркетинг образовательных услуг, ключевые понятия маркетинга (нужда, потребности, спрос, предложение), образовательная услуга, потребители, потребители образовательных услуг.

Введение основных понятий маркетинга. Маркетинговая среда: микро и макросреды их состав и взаимосвязь. Адресные, целевые группы, контактные аудитории. Обмен в маркетинге. Потребители образовательных услуг. Поведение потребителей. Концепция образовательного маркетинга. Основные законы и принципы построения маркетинговой деятельности образовательного учреждения. Оценка возможностей рынка. Формирование политики выбора образовательной услуги. Рыночная стратегия.

#### ***Тема 2. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг***

Понятия: исследование, маркетинговые исследования. Методические основы исследования рынка. Маркетинговые исследования в сфере образовательных услуг (целеполагание, гипотеза, объект, методы, этапы, ожидаемый результат). Этапы исследования по изучению спроса населения в сфере образовательных услуг. Понятия: сегмент рынка, сегмент рынка образовательных услуг, сегментирование, конкурентоспособность ОУ. Сегментация рынка. Цели, признаки и способы сегментирования.

#### ***Тема 3. Разработка маркетингового комплекса***

Понятия: услуга, образовательная услуга. Особенности образовательной услуги. Характеристики образовательной услуги. Параметры услуги. Способы обеспечения качества. Жизненный цикл образовательной услуги. Позиционирование образовательных услуг.

Понятия: цена, ценообразование, верхний и нижний предел цены. Ценообразование. Ценовые скидки. Ценовые стратегии.

Понятия: каналы продвижения ОУ и образовательных услуг, реклама, связь с общественностью. Каналы продвижения. Формы и методы продвижения образовательных услуг. Сервис в маркетинговой деятельности. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Рекламирование услуги.

Основные этапы проведения рекламы. Возможные средства распространения рекламы. Связь с общественностью. Разновидности PR- мероприятий. Разработка фирменного стиля. Партнерство.

Понятия: критерии, показатели, критерии эффективности. Организация контроля маркетинга. Контроль качества образовательных услуг. Оценка эффективности образовательного маркетинга.

#### ***Тема 4. Особенности маркетинговой деятельности образовательных учреждений***

Последовательность стратегического планирования в маркетинге. Содержание маркетингового плана. Анализ и оценка маркетинговых возможностей (внутренний и внешний анализ (SWOT и STEP – анализ); анализ образовательного рынка, потребителей образовательных услуг, анализ образа ОУ и др.). Факторы, влияющие на принятие решения потребителей о выборе ОУ. Разработка плана маркетинговых мероприятий ОУ.

Понятия. Бизнес-план, его структура, разделы, функции. Формирование бизнес-плана. Стандарты и требования к бизнес-плану. Контроль за выполнением бизнес-плана.

Понятия. Имидж, имидж образовательного учреждения. Составляющие имиджа организации. Миссия образовательного учреждения. Формирование имиджа образовательного учреждения.

### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся. Ознакомиться с рабочей программой дисциплины можно на вводной лекции из её представления преподавателем или самостоятельно на официальном Интернет-сайте Академии. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения. Подготовка к учебному занятию лекционного типа.

Обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса:

- 1) знакомит с новым учебным материалом;
- 2) разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- 3) систематизирует учебный материал;
- 4) ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу. Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: процесс предварительной подготовки, работа во время занятия, обработка полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе в аудитории.

Для более углубленного изучения темы предлагаются задания для самостоятельной работы, их рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

## **5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

### **5.1. Организационно-педагогические требования, обеспечивающие реализацию Программы**

Условия реализации Программы в АНПОО «МАНО» обеспечивают реализацию ППО в полном объеме, соответствие качества подготовки слушателей установленным требованиям.

Продолжительность учебного часа теоретических и практических занятий составляет один академический час (45 минут).

### **5.2. Кадровые требования, обеспечивающие реализацию Программы**

Реализация Программы обеспечивается высококвалифицированными педагогическими и научно-педагогическими кадрами, имеющими достаточный опыт работы в области профессиональной деятельности, соответствующей преподаваемому учебному предмету, курсу, дисциплине (модулю), состоящими в штате АНПОО «МАНО» или привлекаемыми.

### **5.3. Материально-технические условия реализации Программы**

Программа реализуется в заочной (без отрыва от производства)/очно-заочной форме с использованием в соответствии с частью 2 статьи 13 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской

Федерации» электронного обучения, а также дистанционных образовательных технологий.

Под дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии слушателей и педагогических работников.

Для реализации учебной дисциплины с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий 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, которые обеспечивают освоение слушателями ППО в полном объеме, независимо от места нахождения.

Дистанционный курс проходит на виртуальной образовательной платформе CMS (LMS) Moodle (по лицензии GNU GPL). Система расположена на сервере организации под управлением ОС Linux Debian 9 с СУБД MYSQL.

Идентификация пользователей осуществляется с помощью уникального логина и пароля. Работа организована на широкополосных высокочастотных каналах передачи данных. Предусматривается организация дистанционной поддержки преподавателям и обучающимся.

При реализации Программы с применением электронного обучения и дистанционных технологий местом осуществления образовательной деятельности является место нахождения АНПОО «МАНО» независимо от места нахождения слушателя.

Для организации самостоятельного продвижения слушателей в программе: лекционные материалы, дополнительные материалы, методические рекомендации по организации индивидуальной работы слушателей, задания для самопроверки, требования к оформлению итоговых работ, задания для итоговой аттестации. Сопровождение самостоятельной работы слушателей предполагает согласование индивидуальных планов работы (виды и темы заданий, сроки представления результатов); проведение индивидуальных и групповых консультаций; промежуточный контроль хода выполнения заданий; оценка результатов выполнения заданий.

Эффективное использование электронных образовательных ресурсов возможно при условии наличия качественного доступа слушателей к информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Слушатели, выполняя задания, предусмотренные программой при необходимости, имеют возможность обратиться к педагогическим работникам за помощью.

#### **5.4. Информационно-методическое обеспечение реализации Программы**

Образовательный процесс в АНПОО «МАНО» в полном объеме обеспечен электронными учебниками, учебно-методической литературой и материалами по всем учебным дисциплинам Программы, имеется доступ к печатным и электронным образовательным ресурсам (ЭОР), в том числе к



электронным образовательным ресурсам, размещенным в федеральных и региональных базах данных ЭОР. Подключение библиотеки к Интернету обеспечивает удаленный доступ к электронным каталогам и полнотекстовым базам. Перечень используемых источников, учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы предоставляется слушателям.

Используются следующие информационные технологии и информационные справочные системы:

- проведение онлайн занятий через ПО BigBlueButton с использованием слайд-презентаций, демонстрации видео и графических материалов;
- проведение занятий и проверка знаний с использованием СДО Moodle;
- офисные программы Windows; Linux, Microsoft Office; LibreOffice, Adobe Reader, Mozilla Firefox;

По всем темам дисциплины разработаны:

- электронные презентации для проведения лекционных и практических занятий;
- используется составленная фильмотека по отдельным темам учебного курса;
- имеется комплект видеороликов для наглядного представления вопросов при изучении ряда тем учебной дисциплины.

### **5.5. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основные источники:**

1. Бухарова Г.Д., Старикова Л.Д. Маркетинг в образовании. - Академия, 2010. - 208с.
2. Авсянников Н.М. Маркетинг в образовании. Учебное пособие для ВУЗов. – Издательство РУДН, 2007. - 158с.
3. Гончаров М.А. Основы маркетинга и консалтинга в сфере образования: учебное пособие. - Кнорус, 2010. - 336с.
4. Ванькина И.В., Егоршин А.П., Кучеренко В.И. Маркетинг образования: учебное пособие. - Логос, 2007. - 336с.
5. Менеджмент, маркетинг и экономика образования: Учебное пособие / под. ред. А.П. Егоршина. - Н.Новгород НИМБ, 2001. - 624 с.

#### **Дополнительные источники:**

1. Алексунин В.А., Бунич Г.А., Гапошина Л.Г. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник. - М.: Дашков и К, 2008. - 716с.
2. Анохина Н.Н., Щербич Г.А. Прикладной маркетинг. - М.: Издательство Гревцова. 2008г. - 224с.
3. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: учебник для вузов. 3 издание. - СПб: Питер, 2010. - 536с.
4. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг: практическое пособие. - М.: Дашков и К, 2010. - 216с.
5. Бест Р. Маркетинг от потребителя. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. - 760с.

## 6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение программы, в том числе отдельной части (модуля) или всего объема темы, сопровождается текущим контролем успеваемости, промежуточной и итоговой аттестацией слушателей. Формы и порядок текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации определяются при разработке программы целесообразно ее целевым установкам и доводятся до сведения слушателей в начале обучения.

Текущий контроль - процесс определения степени владения и/или усвоения слушателями изучаемого учебного материала в ходе семинарских (практических) занятий в соответствии с содержанием программы. Цель текущего контроля - обеспечение обратной связи между актуальными знаниями и умениями обучающихся и планируемыми результатами обучения в рамках изучения определенной темы, модуля программы для реализации преподавателем контрольно-корректировочной деятельности.

**Система текущего контроля включает:** контроль знаний, умений, навыков, усвоенных в данном курсе в форме контрольной работы, индивидуального собеседования; выполнения заданий в ходе практических работ; исследовательского, творческого проекта; решения кейсов. Показатели и шкала оценивания формы контроля – устное сообщение, собеседование, решение кейса, тестирование в Приложении 3. Формы, виды, средства осуществления текущего контроля ориентированы на реализацию компетентностного подхода, определяются посредством учета планируемых результатов обучения, структуры и логики программы.

Промежуточная аттестация - процесс определения уровня достижения слушателями планируемых результатов обучения в завершении освоения структурно-логического компонента. Цель промежуточной аттестации - обеспечение обратной связи между образовательными результатами, достигнутыми слушателями, и планируемыми результатами обучения по отдельной части курса (модуля) для установления фактического уровня ее освоения слушателями. Система промежуточной аттестации предполагает: зачет, зачет с оценкой или экзамен. Показатели и шкала оценивания форм контроля в Приложении 3.

Формы, виды, средства осуществления промежуточной аттестации ориентированы на реализацию компетентностного подхода, определяются посредством учета планируемых результатов обучения, структуры и логики программы\*.

Итоговая аттестация - форма оценки степени и уровня освоения слушателями образовательной программы. Итоговая аттестация для слушателей, завершающих обучение по программе, является обязательной. Итоговая аттестация проводится с использованием ДОТ. Итоговая аттестация слушателей осуществляется аттестационной комиссией. Итоговая аттестация планируется с учетом организационной целесообразности и возможности наиболее эффективно оценить и проанализировать качество освоения (соответствие результатов освоения слушателями заявленным целям и

планируемым результатам обучения). Формы, виды, средства осуществления промежуточной аттестации ориентированы на реализацию компетентностного подхода, определяются посредством учета планируемых результатов обучения, структуры и логики программы\*\*. Итоговая аттестация проводится в форме зачета. В рамках организации работы над индивидуальной научно-методической темой слушатели выполняют по выбору одно из трех предложенных заданий, включающих теоретическую и практическую часть. Выполняется итоговая работа в соответствии с Требованиями к итоговой аттестационной работе. Конкретную тему итоговой работы слушатель формулирует самостоятельно в пределах содержания программы\*\*\*.

\* Примерные задания для текущего контроля в приложении 1.

\*\* Примерные задания для итогового контроля в приложении 2.

\*\*\* Критерии оценивания заданий промежуточной и итоговой аттестации в приложении 3.

## Примерные задания для промежуточной аттестации (тесты)

### 1. Концепция совершенствования деятельности образовательного учреждения предполагает:

- а) что потребители будут заинтересованы в образовательных услугах, доступных ввиду их низкой цены
- б) что потребитель оказывает предпочтение образовательным услугам высокого качества. Данная концепция целесообразна в условиях высокой индивидуализации спроса, когда существует часть потребителей, нуждающихся в образовательных услугах повышенного качества
- в) целью является не обеспечение потребностей граждан в получении качественного и современного образования, а поддержание спроса на теряющие свою привлекательность специальности

### 2. Неосвязаемость образовательной услуги означает:

- а) что ее нельзя отделить от источника, независимо от того, предоставляется услуга человеком или машиной. Преподаватель не может предоставить услугу, если в аудитории нет студентов
- б) что ее нельзя продемонстрировать, то есть до приобретения услуги невозможно увидеть, попробовать на вкус, потрогать, услышать или ощутить ее запах
- в) что ее качество может очень сильно изменяться в зависимости от того, кто, когда, где и как ее предоставит

### 3. Принципиальная модель рыночно-конкурентного поведения – это \_\_\_\_ маркетинговая стратегия организации

- а) информационно-коммуникационная
- б) продуктовая
- в) дистрибьюционная
- г) общая

### 4. \_\_\_\_ образовательных услуг - научно-практическая дисциплина, изучающая и формирующая философию, стратегию и тактику цивилизованного мышления и действия, поведения и взаимоотношений субъектов рынка образовательных услуг

- а) позиционирование
- б) маркетинг
- в) стандартизация
- г) концепция

**5. Выявить факторы, содействующие коммерческому успеху или препятствующие ему, позволяет анализ:**

- a) внешней среды
- b) существующих и планирование будущих товаров
- c) товародвижения и сбыта
- d) потребителей

**6. \_\_\_\_ - это средство обеспечения совместимости, взаимозаменяемости, унификации, типизации, надежности техники и информационных сетей, норм безопасности и экологических требований, единства характеристик и свойств качества продукции, работ, процессов и услуг**

- a) дистрибьюция
- b) качество
- c) маркетинг
- d) стандартизация

**7. Информационная реклама.....**

a) должна напомнить потенциальным потребителям о том, что образование (конкретная специальность) может понадобится им в ближайшем будущем; напомнить потребителям, где можно получить необходимое образование; постоянно держать в курсе событий; напомнить о своем образовательном учреждении в период межсезонья

b) должна убедить поступать в определенный вуз, на определенный факультет или специальность; «переключить» внимание на другой факультет или специальность; изменить представления покупателей о качестве образовательной услуги; убедить потребителей не откладывать поступление в образовательное учреждение

c) призвана проинформировать рынок о новой образовательной услуге: предложить новые способы применения полученных знаний; сообщить на рынке об изменении цен; описать предоставляемые услуги; исправить ложные впечатления; уменьшить опасения потребителей; создать имидж образовательного учреждения

**8. Образовательные, услуги, обладают характеристиками, которые в значительной степени влияют на разработку маркетинговых программ:**

- a) недолговечность
- b) все ответы верны
- c) несохраняемость
- d) неотделимость
- e) неосязаемость
- f) непостоянство качества

## **9. Стимулирование продаж – это:**

- а) специально разработанный и управляемый процесс обмена информацией между различными субъектами рынка в целях достижения взаимопонимания
- б) разнообразные краткосрочные поощрительные акции, направленные на потенциальных потребителей образовательных услуг и/или деловых партнеров образовательного учреждения с целью ускорить и/или увеличить продажи этих услуг
- в) улучшение качества предоставляемых образовательных услуг и введение более высоких стандартов качества

## **10. Определение реального уровня конкурентоспособности предприятия является целью исследования:**

- а) товара
- б) внутренней среды предприятия
- в) конкурентов
- г) потребителей

## **Приложение 2**

### **Примерные задания для итоговой аттестации (методическая разработка)**

Напишите реферат на предложенную тему:

1. Структура системы образования в России.
2. Состояние системы образования.
3. Современные концепции развития образования.
4. Качество образования.
5. Стратегии модернизации системы образования.
6. Инновации в образовании.
7. Современные образовательные технологии.
8. Сущность маркетинга.
9. Структура системы маркетинга организации.
10. Товары и услуги.
11. Образовательные услуги: основные виды и характеристики.
12. Обмен и сделки.
13. Виды рынков.
14. Концепции маркетинга.
15. Маркетинговая среда.
16. Поведение потребителей.
17. Маркетинговые исследования.
18. Маркетинговая среда.
19. Маркетинговые коммуникации.
20. Управление системой маркетинга в образовательном учреждении.

**Показатели и шкала оценивания формы контроля – устное сообщение, собеседование, решение кейса, тестирование.**

Шкала оценивания	Описание критерия для устного сообщения, собеседования (в т.ч. онлайн, оффлайн)	Критерии для контрольной работы, кейса, теста
5 «отлично»	-обучающийся полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; -обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; -излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.	Правильный ответ не менее чем на 84% заданий
4 «хорошо»	- обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.	Правильный ответ не менее чем на 67% заданий
3 удовлетворительно	обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: -излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; -не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; -излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.	Правильный ответ не менее чем на 50% заданий
2 неудовлетворительно	-обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.	Правильный ответ менее чем на 50% заданий.

**Показатели и шкала оценивания формы контроля – Зачет**

Шкала оценивания	Описание критерия
Зачтено (выполнено более 50% заданий)	В освещении вопросов не содержится грубых ошибок, самостоятельно выполнена практическая часть заданий, выполнены требования к оформлению задания и срокам его сдачи.
Не зачтено Выполнено менее 50 % заданий	Обучающихся не справился с заданием (выполнено менее 50% задания), нераскрыто основное содержание вопросов, имеются грубые ошибки в выполнении практической части задания, а также работа выполнена несамостоятельно.

### Показатели и шкала оценивания формы контроля – Зачет с оценкой:

- 2 (неудовлетворительно) – выполнено правильно меньше 50% заданий;
- 3 (удовлетворительно) – больше либо равно 50%, но меньше 70%;
- 4 (хорошо) – больше либо равно 70%, но меньше 85%;
- 5 (отлично) – не менее 85%.

### Показатели и шкала оценивания формы контроля – Экзамен

Оценка	Критерии для оценивания экзамена (т.ч. онлайн, оффлайн)
5 «отлично»	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;</li><li>– полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий, в рамках обсуждаемых заданий;</li><li>– способность устанавливать и объяснять связь практики и теории;</li><li>– логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора;</li><li>– умение решать практические задания;</li><li>– свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.</li></ul>
4 «хорошо»	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;</li><li>– твердые знания теоретического материала. -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;</li><li>– правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;</li><li>– умение решать практические задания, которые следует выполнить.</li><li>– владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;</li><li>– наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам.</li></ul> <p>Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы.</p>
3 «удовлетворительно»	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– знания теоретического материала;</li><li>– неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов;</li><li>– неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.</li><li>– недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>– умение, без грубых ошибок, решать практические задания, которые следует выполнить.</li> </ul>
2 «неудовлетворительно»	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– существенные пробелы в знаниях учебного материала;</li> <li>– допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий;</li> <li>– непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета;</li> <li>– отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины;</li> <li>– отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности</li> </ul>

### Шкала оценивания в зависимости от уровня сформированности компетенций

#### Уровень сформированности компетенций

Результаты освоения	<b>1. Недостаточный: компетенции не сформированы</b>	<b>2. Пороговый: компетенции сформированы</b>	<b>3. Продвинутый: компетенции сформированы</b>	<b>4. Высокий: компетенции сформированы</b>
<b>Знать:</b>	Знания отсутствуют.	Сформированы базовые структуры знаний.	Знания обширные, системные.	Знания твердые, аргументированные, всесторонние.
<b>Уметь:</b>	Умения не сформированы	Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер.	Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий.	Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий.
<b>Владеть:</b>	Навыки не сформированы	Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка.

#### Критерии оценивания тестовых работ

Оценка за контроль ключевых компетенций слушателей производится по пятибалльной системе. При выполнении заданий ставится отметка:

«3» - за 50-70% правильно выполненных заданий,

- «4» - за 70-85% правильно выполненных заданий,  
«5» - за правильное выполнение более 85% заданий.

### Требования, предъявляемые к методической разработке и ее оформлению

Вид	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. информационная (методическое описание, комментарий, аннотация, листовка, бюллетень, рецензия, реферат, анализ, положение, памятка, инструкция);</li> <li>2. практико-ориентированная (программа, проект, разработка конкретного урока, темы программы, разработка методики преподавания предметов, разработка форм, методов или средств обучения и воспитания, тематическая подборка материалов, задачник, сборник упражнений).</li> </ol>
Требования к содержанию	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. содержание методической разработки должно четко соответствовать теме и цели конкретного занятия, программы, методики и т. д.;</li> <li>2. содержание методической разработки должно быть понятным и применимым на практике в любых условиях;</li> <li>3. методические разработки не должны повторять содержание учебников, учебных программ и иных методических разработок других авторов;</li> <li>4. материал должен быть систематизирован, изложен максимально просто и четко;</li> <li>5. язык методической разработки должен быть лаконичным, грамотным, убедительным. Применяемая терминология должна соответствовать общепринятой в педагогике;</li> <li>6. рекомендуемые методы, методические приемы, формы и средства обучения должны подкрепляться описанием педагогического опыта;</li> <li>7. методическая разработка должна содержать конкретные материалы, которые может использовать педагог в своей работе (карточки задания, планы уроков, инструкции для проведения лабораторных работ, карточки схемы, тесты, уровневые задания и т.д.).</li> </ol>
Структура	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вводная часть <ul style="list-style-type: none"> <li>-автор разработки, должность, место работы;</li> <li>-название разработки.</li> <li>-название и форма проведения дела (урок, выставка ученических работ, педагогический совет и т. д.);</li> <li>-пояснительная записка: <ul style="list-style-type: none"> <li>-цели и задачи проводимого дела;</li> <li>-целевая категория (возраст детей, группа детей, группа педагогов и пр.);</li> <li>-условия для проведения;</li> <li>-оборудование и оформление;</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>2. Основная часть <ul style="list-style-type: none"> <li>--сценарный план, ход проведения дела.</li> </ul> </li> <li>3. Список использованной литературы;</li> <li>4. Приложения (ссылки на источники дополнительного материала, подбор сопровождающих материалов, таблиц, схем).</li> </ol>
Требования к оформлению	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. объем – не более 10 страниц машинописного текста;</li> <li>2. размеры полей левое –2 см, правое –1см, нижнее - 2 см, верхнее – 2 см.</li> <li>3. шрифт Times New Roman (14), интервал полуторный;</li> <li>4. страницы необходимо нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется посередине верхнего поля без точки в конце;</li> <li>5. на первой странице размещается титульный лист;</li> <li>6. список использованных источников в алфавитном порядке в соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению литературы.</li> </ol>

Критерии оценки	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Соответствие предложенной структуре</li><li>2. Четкая постановка целей и задач</li><li>3. Раскрытие темы (полнота, ясность)</li><li>4. Отражение в работе своего опыта;</li><li>5. Грамотность изложения и оформления .....</li></ol> <p>Каждый критерий оценивается в баллах от 1 до 10. Слушатель получает отметки по системе: 0 – 29 баллов – не зачтено; 30 – 50 баллов – зачтено.</p>
--------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------