

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 30.04.2026 11:16:25
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849d501ab5ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор высшей школы
креативных индустрий
А. Г. Садыкова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг образовательных продуктов

Направление подготовки	44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль)	Технологии креативных индустрий в сфере образования
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	2

Разработано:
Доцент кафедры туризма
и индустрии гостеприимства
Бутенко Е.Д.

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование профессиональных (УК-6, ПК-5) компетенций будущего специалиста по специальности 44.04.01 Педагогическое образование. Основная цель курса «Маркетинг образовательных продуктов» заключается в изучении обучающимися специфики маркетинга, его применения для продвижения услуг в сфере сервиса.

Задачами освоения дисциплины являются: освоение студентами основных понятий, принципов, средств и методов маркетинга; осознание студентами важности роли маркетинга для достижения высокой конкурентоспособности предприятий сферы образования; развитие навыков применения маркетинговых средств для повышения эффективности образования в сфере оказания образовательных услуг.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг образовательных продуктов» относится к обязательной части к Блоку 1, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-4. Анализирует и научно обосновывает общую стратегию организации, социально-экономической системы, стратегии по отдельным видам и направлениям деятельности, проектам, процессам	Самостоятельно разрабатывает маркетинговую политику организации и разрабатывает на ее основе стратегии инновационного маркетинга
ПК-5 Способен организовывать деятельность детских и молодежных общественных объединений в образовательной организации	ИД-2. Анализирует основные направления, виды, формы деятельность детских и молодежных общественных объединений в образовательной организации	Использует методы стратегического маркетингового анализа с использованием современных информационных технологий

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий 3 з.е. 108 акад.ч.	Акад. ч.
Контактная работа:	24,0
Всего:	108,0
Из них аудиторных:	24,0
Лекций	12,0
Лабораторных работ	-
Практических занятий	12,0
Самостоятельной работы	30,0
Формы контроля:	
Экзамен	54,0

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов			Формы контроля текущей успеваемости
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа,	
2 семестр						
1	Тема 1 Понятие и классификация маркетинговых инноваций Сущность инновации как экономической и маркетинговой категории. Соотношение понятий «новшество», «нововведение», «инновация». Маркетинговые инновации: определение, специфика, место в системе инновационного менеджмента. Классификация маркетинговых инноваций: по степени новизны (радикальные, инкрементальные), по объекту (продуктовые, процессные, организационные маркетинговые), по глубине изменений (модификационные, комбинаторные, прорывные). Классификация по классификатору Oslo Manual (OECD/Eurostat). Особенности маркетинговых инноваций в сфере креативных индустрий и образования: инновации в дизайне образовательных продуктов, инновации в способах продвижения творческих услуг, инновационные бизнес-модели креативных кластеров и образовательных стартапов. Тренды маркетинговых инноваций: цифровизация, платформизация, геймификация маркетинговых коммуникаций, иммерсивный маркетинг.	УК-6. И-1. ПК-5. И-1.	2,0	2,0	5,0	Собеседование, тестирование
2	Тема 2 Ценностный подход в системе инновационного маркетинга Эволюция маркетинговых концепций: от товарной ориентации к ценностно-ориентированному маркетингу. Понятие ценности в маркетинге: ценность для потребителя, ценность для стейкхолдеров, социальная и культурная ценность инновационного продукта. Модели цепочки создания ценности (М. Портер, модификации для сферы услуг и образования). Совместное создание ценности (co-creation): вовлечение потребителей и обучающихся в проектирование и	УК-6. И-1. ПК-5. И-1.	2,0	2,0	5,0	

	совершенствование продукта. Лестница ценности: функциональные, эмоциональные, жизненные и социальные ценности применительно к образовательным и креативным продуктам. Формула ценностного предложения (Value Proposition Canvas А. Остервальдера) для инновационных образовательных программ, онлайн-курсов, творческих мастерских. Методы выявления и валидации ценностного предложения: глубинные интервью, CustDev (Customer Development), MVP (Minimum Viable Product) в образовательных проектах.				
3	Тема 3 Продукт как средство решения потребительских проблем Сдвиг парадигмы от «продажи продукта» к «решению проблем клиента». Теория Jobs To Be Done (JTBD) К. Кристенсена: продукт как «нанимаемый» потребителем для выполнения задачи. Уровни продукта: ядро (базовая выгода), реальный продукт (свойства, дизайн, бренд), продукт с подкреплением (сервис, гарантии, сообщество). Специфика продукта в сфере креативных индустрий и образования: нематериальность, кастомизация, роль репутации и бренда педагога/дизайнера. Идентификация потребительских проблем в нишах, связанных с творчеством и обучением: потребность в самовыражении, карьерном росте, признании, преодолении творческих барьеров. Методы исследования потребительских инсайтов: дизайн-исследование, эмпатическое наблюдение, анализ цифрового следа, UX-исследования образовательных платформ. Трансформация инсайта в продуктовую концепцию: от боли клиента к продуктовой гипотезе.	УК-6. И-1. ПК-5. И-1.	2,0	2,0	5,0
4	Тема 4 Оценка рынка и маркетинговый потенциал организации. Маркетинговый потенциал организации как совокупность ресурсов, компетенций и рыночных возможностей, обеспечивающих ее конкурентоспособность и инновационное развитие. Структура маркетингового потенциала: аналитический, производственно-сбытовой, управленческий и коммуникационный блоки. Методы оценки рынка для инновационных продуктов в креативных индустриях и образовании. Количественные методы: расчет емкости рынка (TAM, SAM, SOM), анализ рыночной доли, темпы роста сегментов. Качественные методы:	УК-6. И-1. ПК-5. И-1.	2,0	2,0	5,0

	PESTEL-анализ, SWOT-анализ, конкурентный анализ по М. Портеру (пять сил конкуренции), построение конкурентной карты рынка. Специфические методы для творческих рынков и EdTech: анализ трендовых отчетов (трендвотчинг), оценка визуальных и смысловых ниш, исследование сообществ и субкультур. Методика аудита маркетингового потенциала образовательной организации или креативного бизнеса. Определение инновационного потенциала через готовность команды к изменениям, технологическую оснащенность и уровень клиентского сервиса.				
5	Тема 5 Процесс разработки и продвижения нового продукта и услуги Управление жизненным циклом инновационного продукта. Этапы процесса разработки нового продукта (New Product Development — NPD): генерация и фильтрация идей, разработка концепции и проверка, бизнес-анализ, разработка прототипа/альфа-версии, тестовый маркетинг (пилотирование курса, пилотный запуск дизайн-продукта), коммерциализация. Методологии быстрой разработки: Lean Startup (Э. Рис), Agile в создании образовательных и креативных продуктов. Понятие Product-Market Fit для образовательных услуг. Маркетинговый комплекс (Marketing Mix) для инноваций: модель 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process) в контексте образовательных и креативных продуктов. Продвижение инновационных продуктов: стратегии и инструменты. Digital-продвижение: контент-маркетинг, SMM, инфлюенс-маркетинг, SEO. Специфика продвижения в креативных индустриях: портфолио-платформы (Behance, Dprofile), профессиональные сообщества, выставки и фестивали, арт-коллаборации. Продвижение образовательных продуктов: EdMarket-платформы, партнерские сети, вебинары и открытые уроки как каналы лидогенерации.	УК-6. И-1. ПК-5. И-1.	2,0	2,0	5,0
6	Тема 6 Управление инновационным развитием организации. Инновационное развитие как стратегический приоритет организаций в сфере креативных индустрий и образования. Модели инновационного развития: технологическая (закрытые и открытые инновации), клиентоцентричная (дизайн-драйв),	УК-6. И-1. ПК-5. И-1.	2,0	2,0	5,0

<p>сервисная (сервис-дизайн). Организационные формы поддержки инноваций: R&D-отделы, проектные офисы, инновационные лаборатории, внутренние акселераторы. Управление портфелем инновационных проектов: баланс между поддерживаемыми и подрывными инновациями. Источники финансирования инновационных проектов: венчурное финансирование, краудфандинг, гранты (фонды креативных индустрий, институты развития). Ключевые показатели эффективности (KPI) инновационного развития: доля новых продуктов в выручке, скорость вывода на рынок (Time-to-Market), возврат на инвестиции в инновации (ROI), индекс потребительской лояльности (NPS) для новых продуктов. Корпоративная культура, поддерживающая инновации: толерантность к неудаче, поощрение экспериментов, автономия команд, междисциплинарное взаимодействие. Управление изменениями при внедрении инноваций: преодоление сопротивления, формирование видения, создание агентов изменений. Жизненный цикл организации с точки зрения инновационной активности (по Л. Грейнеру, И. Адизесу).</p>					
ИТОГО за 2 семестр		12,0	12,0	30,0	
ИТОГО		12,0	12,0	30,0	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины (модуля).

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой

логически завершенный раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Марусева, И. В.; Менеджмент и Маркетинг образовательных продуктов (PR и реклама как инструментарий): учебное пособие / И.В. Марусева, А.В. Кокарева; под общ. ред. И. В. Марусева. - Изд. 2-е, перераб. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 591 с.: ил., схем, табл. - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9885-3, экземпляров неограничено

2. Васильева, Е.А.; Система маркетинговых исследований и информации в сервисе Электронный ресурс: учебное пособие / Я.О. Гришанова / Е.А. Васильева. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 70 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4486-0198-9, экземпляров неограничено

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Васильев, Г.А.; Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг Электронный ресурс: учебное пособие / Е.М. Деева / Г.А. Васильев. - Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг, 2020-10-10. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 192 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-238-01578-1, экземпляров неограничено

2. Васильева, Е.А.; Маркетинг образовательных продуктов Электронный ресурс: практикум / А.В. Васильева / Е.А. Васильева. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 208 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4486-0141-5, экземпляров неограничено

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению практических занятий по дисциплине «Маркетинг образовательных продуктов» для студентов специальности 44.04.01 Педагогическое образование [Электронная версия].

2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг образовательных продуктов» для студентов специальности 44.04.01 Педагогическое образование [Электронная версия].

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Модель Остервальдера он-лайн – Режим доступа: [http:// skillbox.ru](http://skillbox.ru)

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Договор № 128-04/16 от 23.05.2016 (базовая коллекция). Организация: ООО «Директ-Медиа». Срок действия договора: 23.05.2016 г. – 23.05.2019 г. Обновлено 13.05.2019 http://biblioclub.ru
2	Электронно-библиотечная система IPRbooks. Договор № 2039/16 от 27.04.2016 (базовая коллекция). Организация: ООО «Ай Пи Эр Медиа». Срок действия договора: 06.06.2016г. – 06.06.2019 г. Обновлено 13.05.2019 http://www.iprbookshop.ru

Программное обеспечение:

- 1 Альт Рабочая станция 10
- 2 Альт Рабочая станция К
- 3 Альт «Сервер»
- 4 Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

Учебные аудитории для проведения учебных занятий оснащены оборудованием и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде. Специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации.

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, научно-исследовательской работы обучающихся (переносной ноутбук, переносной проектор, компьютеры с необходимым программным обеспечением и выходом в интернет).

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

- i. для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть или оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- ii. для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть или оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- iii. для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников

образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.