

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

**РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (модуля)
МАРКЕТИНГ В ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ**

Направление подготовки «Психолого-педагогическое образование»

**Профиль подготовки «Психопедагогика социальных симуляторов и
игровых образовательных сред»**

Квалификация выпускника – магистр

**Кострома
2020**

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в игровой индустрии» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2016 г. № 549.

Разработал: Карпова Е.М., канд. пед. наук., доцент

Рецензент: Захарова Ж.А. д.п.н., профессор

УТВЕРЖДЕНО:

На заседании кафедры психолого-педагогического образования:
Протокол заседания кафедры № 12 от 06 мая 2020 г.
Заведующий кафедрой психолого-педагогического образования
д.п.н., профессор Ж.А. Захарова

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры психолого-педагогического образования:
Протокол заседания кафедры № 9 от 29 апреля 2021 г.
Заведующий кафедрой психолого-педагогического образования
д.п.н., профессор Ж.А. Захарова

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры психолого-педагогического образования:
Протокол заседания кафедры № 10 от 10 марта 2022 г.
Заведующий кафедрой психолого-педагогического образования
д.п.н., профессор Ж.А. Захарова

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры психолого-педагогического образования:
Протокол заседания кафедры № 10 от 04 апреля 2023 г.
Заведующий кафедрой психолого-педагогического образования
Захарова Ж.А., д.п.н., профессор

1. Цели и задачи освоения дисциплины

В условиях расширения процесса глобализации в мире, ускорения идеи рыночной экономики в стране, ориентации на построение гражданского общества актуальными становятся гармонизации отношений между социальными институтами их влиянием на процесс социального становления человека, формирования социальной компетентности выпускника общеобразовательного учреждения и профессиональной компетентности будущего специалиста. Программа предлагаемого курса предназначена для того, чтобы познакомить студентов с категорией «социальный маркетинг», его содержанием.

Программа «» призвана расширить и углубить знания студентов, обучающихся по специальности «социальная педагогика», способствовать обретению ими умений и навыков по формированию социально компетентной личности в условиях рыночной экономике.

Данный курс в системе подготовки специалиста ориентирован на интеграцию знаний, умений и навыков студентов, касающихся различных аспектов организации собственной жизнедеятельности жизни и деятельности других людей, наращиванию их представлений о возможностях человека, потенциалах сообщества, приемах формирования жизнеустойчивого поколения. Таким образом, цель курса заключается в формировании социальной грамотности будущих специалистов в социальной сфере, стимулировании их саморазвития, активизации внимания к вопросам применения полученных знаний в современной рыночной экономике.

Целью дисциплины (модуля) формировать готовность к продвижению продуктов игровой индустрии.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Познакомить с основами маркетинга в игровой индустрии;
2. Познакомить с технологиями продвижения в сфере услуг.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- основы маркетинга;
- особенности организации маркетинга в сфере услуг;
- знать технологии работы с общественностью.

Уметь:

- осуществлять педагогическое, психолого-педагогическое и организационно-методическое сопровождение реализации основных и дополнительных игровых образовательных программ;
- проводить оценку качества предлагаемых услуг.

Владеть:

- рефлексией способов и результатов своих профессиональных действий;
- психологической готовностью будущего специалиста к профессиональной деятельности

Учебная работа магистрантов при изучении дисциплины направлена на формирование указанных **компетенций**:

Способен осуществлять педагогическое, психолого-педагогическое и организационно-методическое сопровождение реализации основных и дополнительных игровых образовательных программ (ПКоб-6)

Индикаторы:

ПКоб-6.1. Знает: особенности развития личности на разных возрастных этапах; особенности и трудности развития и сопровождения детей с ОВЗ; методы

организационно-методического сопровождения основных общеобразовательных программ; трудовое законодательство Российской Федерации, законодательство Российской Федерации в сфере образования и прав ребенка; основы профессиональной этики; методологические основы проектирования образовательной среды, основы психодидактики.

ПКоб-6.2. Умеет: использовать качественные и количественные методы психологического обследования; анализировать возможности и ограничения используемых педагогических технологий, методов и средств обучения с учетом возрастного и психофизического развития обучающихся; осуществлять педагогическое, психолого-педагогическое и организационно-методическое сопровождение реализации основных и дополнительных игровых образовательных программ.

ПКоб-6.3. Владеет: приемами преподавания, организации дискуссий, проведения интерактивных форм занятий; формами и методами педагогического, психолого-педагогического и организационно-методического сопровождения реализации основных и дополнительных игровых образовательных программ.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг в игровой индустрии» является базовой дисциплиной профессионального цикла подготовки; обучающиеся знакомятся с ней на заочной форме в 5 семестре обучения.

3.1. Заочная форма обучения

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается в 5 семестре обучения.

Дисциплины: Организация игровой деятельности школьников разного возраста, Организация игровой деятельности школьников разного возраста являются основой или изучаются параллельно с дисциплиной «Маркетинг в игровой индустрии».

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Техники модерации взаимодействия в групповых процессах, Игровые инструменты в профориентационной работе, Технологическая (проектно-технологическая) практика, Научно-исследовательская работа

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2
Общая трудоемкость в часах	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	
Лекции	4
Практические занятия	8
Практическая деятельность	
Лабораторные занятия	
Самостоятельная работа в часах	60
Форма промежуточной аттестации	Зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Заочная
Лекции	4
Практические занятия	8

Лабораторные занятия	
Консультации	
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	0,2
Курсовые работы	
Курсовые проекты	
Практическая деятельность	
Всего	12,45

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

5.1. Тематический план учебной дисциплины

5.1.1. Тематический план учебной дисциплины (заочное)

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	Социальный маркетинг: сущность, специфика, характеристика	15	1	2		12
2	Технология привлечения людей и ресурсов к реализации проектов	15	1	2		12
3.	Технология связи с общественностью	15	1	2		12
4	Технологии продвижения продукта	18	1	2		15
	Зачет	9				9
	Итого:	72	4	8		60

5.2. Содержание:

Тема 1: Социальный маркетинг: сущность, специфика, характеристика. Понятие «социальный маркетинг». История возникновения социального маркетинга. Сущность процесса и составные части социального маркетинга. Особенности применения социального маркетинга в психолого-педагогической деятельности

Тема 2: Привлечение людей и ресурсов к реализации социальных проектов: Виды ресурсов. Основы волонтерской деятельности. Основы фандрайзинга. Технология сотрудничества с грантдателями.

Тема 3: Технология связи с общественностью: Понятие «связь с общественностью». Технология разработки информационного сообщения. Технология связи со СМИ. Приемы общения с прессой (пресс-релиз, информационный пакет, пресс-конференции).

Тема 4: Технологии продвижения продукта: Технология организации рекламной компании. Понятие «Социальная реклама». Пути воздействия на общественное мнение по средствам социальной рекламы. Виды социальной рекламы. Продвижение в социальных сетях (SMM менеджмент).

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю) (заочное)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Социальный маркетинг: сущность, специфика, характеристика	Разработать проектную идею связанную с игровой индустрией	12	Студенты могут выбрать любую проектную идею, важно, чтобы данная проектная идея была направлена на решение той или иной социальной проблемы	Представление и защита проектных идей
2.	Технология привлечения людей и ресурсов к реализации проектов	Провести SWOT анализ. Расписать ресурсы необходимые для реализации проектной идеи. Описать алгоритм своих действий по работе с ресурсами	12	Задание выполняется на основе разработанной студентами проектной идеи из области игровой индустрии	Предоставление SWOT анализа, карты ресурсов
3.	Технология связи с общественностью	Разработать письмо спонсору и разработать медиа-план и пресс-релиз	12	Задание выполняется на основе разработанной студентами проектной идеи из области игровой индустрии	Представление письма спонсору, медиа-плана и пресс-релиза.
4.	Технологии продвижения продукта	Составить план рекламной компании. Составить план продвижения в социальных сетях Создать социальную рекламу своей проектной идеи	15	Задание выполняется на основе разработанной студентами проектной идеи из области игровой индустрии. Вид социальной рекламы студенты определяют самостоятельно	Представление и защита рекламной компании, плана smm, социальной рекламы
5.	Зачет	Самостоятельная подготовка студентов к зачету	9	Студент может воспользоваться примерными вопросами к зачету. При подготовке он может обращаться к	Зачет в устной форме

				лекционным и семинарским материалам. И к списку рекомендованной литературы по курсу.	
--	--	--	--	--	--

6.2. Тематика и задания для практических занятий

6.2. Планы практических занятий

Семинар 1: Социальный маркетинг: сущность, специфика, характеристика.

1. Предмет и содержание социального маркетинга
2. Структура социального маркетинга
3. Особенности применения социального маркетинга в психолого-педагогической деятельности
4. Маркетинг в игровой индустрии

Семинар 2: Привлечение людей и ресурсов к реализации социальных проектов:

1. Технология привлечения и взаимодействия с людскими ресурсами
2. Технология привлечения и взаимодействия с административными ресурсами
3. Технология привлечения материальных ресурсов
4. Технология взаимодействия с информационными ресурсами

Семинар 3: Технология связи с общественностью:

1. Сущность и содержание понятия «связь с общественностью».
2. Технология разработки информационного сообщения.
3. Приемы общения с прессой (пресс-релиз, информационный пакет, пресс-конференции).

Семинар 4: Технологии продвижения продукта:

1. Рекламная компания, особенности организации.
2. Продвижение в социальных сетях (SMM менеджмент)

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная:

1. Маркетинг в социальной сфере : [учеб. пособие] / [О. В. Нотман, Н. Л. Антонова, О. И. Пименова, А. Н. Новгородцева ; под общ. ред. О. В. Нотман] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 116 с
2. Марусева, И.В. Современный менеджмент (Классический и прикладной аспекты): учебное пособие для вузов / И.В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 540 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494455> (дата обращения: 31.05.2020). – Библиогр.: с. 428-436. – ISBN 978-5-4475-9728-3. – DOI 10.23681/494455. – Текст: электронный.
3. Введение в инноватику : учебное пособие / Г.Н. Нугуманова, Е.М. Готлиб, Д.Д. Исхакова, Л.Р. Абзалилова ; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский национальный исследовательский

технологический университет». – Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2013. – Ч. 1. – 109 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259103> (дата обращения: 31.05.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-1437-5. – Текст : электронный.

б) дополнительная:

1. Албегова И.Ф. Фандрайзинг для некоммерческих организаций как технология успеха. – Ярославль: ЯРОО «ЦПНО», 2009. – 106с.
2. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – 2-е изд.- М., 2014 – 240 с.
3. Эбнер К., Дюкарев Р., Фокс К. Социальный маркетинг для некоммерческих организаций. – М., 2000.

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

Информационно-образовательные ресурсы:

1. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

Курс содержит следующие элементы:

- элемент «Лекции» в текстовом формате;
- элемент «Видеолекции», представляющий собой видеозапись лекция в ВКС с использованием инструментария ПО Zoom;
- элемент «Практические задания», обеспечивающий проведение практических занятий;
- элемент «Тесты», обеспечивающий контроль освоения лекционного материала;
- элемент «Учебно-методическое обеспечение дисциплины», включающий в себя рабочую программу дисциплины, рекомендованную литературу;
- элемент «Обратная связь с обучающимися», представленная инструментом Форум.

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

Лекционные и практические занятия проводятся в аудиториях с требуемым числом посадочных мест, оборудованные мультимедиа. Программное обеспечение: свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом.