

Автономная некоммерческая организация дополнительного
профессионального образования «Академия бизнеса и инновационных
технологий»



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор

Никишина О.Ю.

«02» октября 2017 г.

**Рабочая программа
дисциплины**

«Маркетинг в сфере образования»

Дополнительная профессиональная программа
по переподготовке

«Менеджмент в образовании»

Квалификация выпускника
Руководитель образовательной организации

Форма обучения
очно-заочная, заочная

Москва, 2017

Составитель (ы): к.ф.н.Яблоновская Татьяна Вячеславовна

Рецензент (и): к.полит.н. Высоцкий Иван Васильевич

Рассмотрена и одобрена на заседании Педагогического совета

Протокол № 1/ПС от 02.10.2017 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель реализации программы состоит в формировании профессиональных компетенций обучающихся, обеспечивающих выполнение нового вида профессиональной деятельности в области управления образовательной организацией – маркетинга образовательной организации.

Задачи:

- раскрыть возможности профессиональной коммуникации, взаимодействия с участниками образовательных отношений, систематизации, обобщения и распространения опыта управленческой деятельности для реализации задач инновационной образовательной политики;
- раскрыть основы маркетинга в сфере образовательных услуг, современные подходы к организации маркетинговой деятельности образовательной организации, инструменты и механизмы управления маркетинговой деятельностью образовательной организации;
- сформировать навыки профессиональной коммуникации, взаимодействия с участниками образовательных отношений, систематизации, обобщения и распространения опыта управленческой деятельности для реализации задач инновационной образовательной политики;
- сформировать навык проектирования системы маркетинга образовательной организации, анализа эффективности маркетинговой деятельности образовательной организации.

2. Место дисциплины в структуре ДПП

Данная дисциплина входит в совокупность дисциплин необходимых для подготовки слушателя к выполнению нового вида профессиональной деятельности в области управления проектами (процессами) и технологиями в образовательной организации.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате изучения таких дисциплин как «Основы законодательства и государственной политики РФ в сфере образования в современных условиях», «Основы управления образовательной организацией», «Управление проектами и инновациями в образовательной организации», а также дисциплин предметной подготовки для приобретения дополнительной квалификации «Менеджер образования».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины формируются следующие **профессиональные компетенции:**

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);

- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

•Знать:

- возможности профессиональной коммуникации, взаимодействия с участниками образовательных отношений, систематизации, обобщения и распространения опыта управленческой деятельности для реализации задач инновационной образовательной политики;

- основы маркетинга в сфере образовательных услуг, современные подходы к организации маркетинговой деятельности образовательной организации, инструменты и механизмы управления маркетинговой деятельностью образовательной организации.

•Уметь:

- осуществлять профессиональную коммуникацию, взаимодействие с участниками образовательных отношений, систематизацию, обобщение и распространение опыта управленческой деятельности для реализации задач инновационной образовательной политики;

- проектировать систему маркетинга образовательной организации, анализировать эффективность маркетинговой деятельности образовательной организации.

•Владеть:

- навыками проектирования системы маркетинга образовательной организации и анализа эффективности маркетинговой деятельности образовательной организации.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 34 часа.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	34
Аудиторные занятия:	28
Лекции (Л)	10
Практические занятия (ПЗ)	18
Самостоятельная работа	6
Вид итогового контроля	Зачет

Заочная форма обучения с применением дистанционных технологий

Вид учебной работы	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	34
Аудиторные занятия:	14
Лекции (Л)	6
Практические занятия (ПЗ)	8
Самостоятельная работа	20
Вид итогового контроля	Зачет

4.2. Разделы дисциплины и виды занятий

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости
		лекции	Практические занятия/ семинары	самостоятельная работа	
1	Социокультурная сущность и содержание маркетинга. Маркетинг в сфере образовательных услуг	2	6	2	-
2	Маркетинговая среда образовательной организации	4	6	2	-
3	Стратегии маркетинга в деятельности руководителя образовательной организации	4	6	2	Реферат
ВСЕГО часов		10	18	6	Зачет

Заочная форма обучения с применением дистанционных технологий

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости
		лекции	Практические занятия/ семинары	самостоятельная работа	
1	Социокультурная сущность и содержание маркетинга. Маркетинг в сфере образовательных услуг	2	-	6	-
2	Маркетинговая среда образовательной организации	2	4	6	-
3	Стратегии маркетинга в деятельности руководителя образовательной организации	2	4	8	Реферат
ВСЕГО часов		6	8	20	Зачет

4.3. Тематическое содержание дисциплины

Тема 1. Социокультурная сущность и содержание маркетинга. Маркетинг в сфере образовательных услуг.

Теоретические основы современного маркетинга. Концепции маркетинга и эволюции их развития. Маркетинг и современное общество. Маркетинг в сфере образовательных услуг. Методы продвижения образовательных услуг. Функции субъектов маркетинга образовательных услуг.

Тема 2. Маркетинговая среда образовательной организации.

Маркетинговая среда образовательной организации. Проблема качества и конкурентоспособности образовательных услуг. Позиционирование образовательных услуг. Проект образовательной услуги. Маркетинговые коммуникации.

Тема 3. Стратегии маркетинга в деятельности руководителя образовательной организации.

Управление организацией маркетинговой деятельности в образовательной организации. Пространство целей маркетинговой деятельности и зоны ответственности руководителя образовательной организации. Стратегии маркетинга в образовательной организации. Стратегический и операционный маркетинг. Планирование маркетинговых проектов и условия их реализации. Оценка результативности маркетинговой деятельности образовательной организации.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

Для обеспечения качественного образовательного процесса применяются следующие образовательные технологии:

- традиционные: лекции, практические занятия;
- инновационные: интерактивные лекции (в режиме on-line и /или off-line);
- интерактивные: вебинары, чат, форумы, интернет-конференции;
- самостоятельная работа слушателей.

К интерактивным методам относятся также презентации с использованием различных вспомогательных средств: интерактивной доски, раздаточных материалов, видеофильмов, слайдов, мультимедийной презентации и т.п.

Интерактивные методы поощряют активное участие каждого в учебном процессе;

- способствуют эффективному усвоению учебного материала;
- оказывают многоплановое воздействие на обучающихся;
- осуществляют обратную связь (ответная реакция аудитории);
- формируют у обучающихся мнения и отношения; формируют жизненные навыки;
- способствуют изменению поведения.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Основными видами самостоятельной работы являются:

- выполнение индивидуальных заданий,
- изучение основной и дополнительной литературы,
- поиск и сбор информации по дисциплине в периодических печатных и интернет-изданиях.

6.1. Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Социокультурная сущность и содержание маркетинга.
2. Маркетинг в сфере образовательных услуг: отличительные особенности.
3. Теоретические основы современного маркетинга.
4. Концепции маркетинга и эволюции их развития.
5. Маркетинг и современное общество.
6. Маркетинг в сфере образовательных услуг.
7. Методы продвижения образовательных услуг.
8. Функции субъектов маркетинга образовательных услуг.
9. Маркетинговая среда образовательной организации.
10. Проблема качества и конкурентоспособности образовательных услуг.
11. Позиционирование образовательных услуг.
12. Проект образовательной услуги.
13. Маркетинговые коммуникации.
14. Стратегии маркетинга в деятельности руководителя образовательной организации.
15. Управление организацией маркетинговой деятельности в образовательной организации.

16. Пространство целей маркетинговой деятельности и зоны ответственности руководителя образовательной организации.
17. Стратегии маркетинга в образовательной организации.
18. Стратегический и операционный маркетинг.
19. Планирование маркетинговых проектов и условия их реализации.
20. Оценка результативности маркетинговой деятельности образовательной организации.
21. Типы конкурентных стратегий образовательных учреждений.
22. Управление реализацией стратегии
23. Стратегии деятельности образовательных учреждений в условиях конкуренции.
24. Основы стратегического маркетинга образовательного учреждения.
25. Особенности анализа внутренних факторов развития организации.

6.2. Примерная тематика рефератов

1. Маркетинг в сфере образовательных услуг: отличительные особенности.
2. Концепции маркетинга и эволюции их развития.
3. Маркетинг и современное общество.
4. Методы продвижения образовательных услуг, на примере ОО.
5. Функции субъектов маркетинга образовательных услуг.
6. Маркетинговая среда образовательной организации.
7. Проблема повышения качества и конкурентоспособности образовательных услуг.
8. Позиционирование образовательных услуг.
9. Проект образовательной услуги, на пример ОО.
10. Стратегии маркетинга в деятельности руководителя образовательной организации, на примере ОО.
11. Управление организацией маркетинговой деятельности в образовательной организации.
12. Пространство целей маркетинговой деятельности и зоны ответственности руководителя образовательной организации.
13. Оценка результативности маркетинговой деятельности образовательной организации.

6.3. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки результатов самостоятельной работы

1. Определите специфику и особенности маркетинга в сфере образования.
2. Охарактеризуйте сущность и особенности маркетинга в сфере образования.
3. Назовите функции и принципы маркетинга образовательных услуг.
4. Раскройте современные тенденции развития рынка образовательных услуг.
5. Перечислите общие тенденции рынка образовательных услуг.
6. Охарактеризуйте особенности проведения маркетингового исследование поведения потребителей на рынке образовательных услуг.
7. Назовите особенности продвижения образовательных услуг на рынке.

8. Определите специфику рекламы в сфере образования.
9. Раскройте особенности составления карты позиционирования.
10. Назовите задачи при изучении конъюнктуры рынка, определение его емкости.

6.4. Примерные планы практических занятий

Задание №1. Проектирование системы внутреннего маркетинга в образовательной организации.

Требования: заполнить таблицу в электронном виде, объем работы не менее 3 стр., А4, шрифт 12, интервал 1:

Цель	Направления	Содержание	Формы и методы	Ожидаемые результаты
...				

Критерии оценивания: на основе экспертизы правильности и полноты выбора всех перечисленных элементов, представленных по отношению к собственной управленческой деятельности, проект оценивается положительно.

Задание № 2. Оценка результативности маркетинговой деятельности образовательной организации.

Требования:

- разработать критерии оценки результативности маркетинговой деятельности образовательной организации;
- оценить результаты маркетинговой деятельности конкретной образовательной организации на основе разработанных критериев.

Критерии оценивания: на основе экспертизы правильности и полноты выбора всех перечисленных элементов, представленных по отношению к собственной управленческой деятельности, проект оценивается положительно.

Критерии оценивания учебной деятельности слушателя

Критерии оценки учебной деятельности слушателя при работе над рефератом по обсуждаемому вопросу

Оценка	Характеристики ответа слушателя
Отлично	- слушатель глубоко и всесторонне усвоил проблему; - последовательно и грамотно ее излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает квалифицированные выводы и обобщения.
Хорошо	- слушатель твердо усвоил тему, по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - делает выводы и обобщения.
Удовлетворительно	- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть слушатель освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности;

	- затрудняется в формулировании выводов и обобщений.
Неудовлетворительно	- слушатель не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - не формулирует выводов и обобщений.

Критерии оценки уровня овладения слушателем компетенциями на этапе зачета по учебной дисциплине

Оценка	Характеристики ответа слушателя
Зачтено	слушатель показал глубокие знания программного материала, грамотно и логично его излагает, быстро принимает правильные решения, в ходе ответа демонстрирует глубокие знания основной и дополнительной литературы, умеет применять полученные знания к будущей профессиональной деятельности; если слушатель твердо знает программный материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в ответе, правильно применяет полученные знания при решении практических вопросов, демонстрирует твердые знания основной литературы; если слушатель имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, не допускает грубых ошибок в ответе, требует в отдельных случаях наводящих вопросов для принятия правильного решения.
Не зачтено	слушатель не раскрыл содержание вопросов, не знает основной и дополнительной литературы в целом, отсутствуют знания по проблемам программного материала.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ В.Т. Гришина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 446 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14059>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Синяева И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 252 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17586>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

б) дополнительная литература:

1. Алексунин В.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Алексунин В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 200 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35282>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 544 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35493>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Комлев Е.Б. Актуальные проблемы маркетинга [Электронный ресурс]: курс лекций/ Комлев Е.Б.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский

гуманитарный университет, 2014.— 130 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39675>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

4. Кметь Е.Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник/ Кметь Е.Б., Ким А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 284 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43373>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

5. Панюшкина Е.В. Экономические интересы в системе образования и механизмы их реализации [Электронный ресурс]: монография/ Панюшкина Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2015.— 204 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/45335>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

6. Степанова О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций. Часть I [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Степанова О.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Прометей, 2012.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26940>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

7. Степанова О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций. Часть II [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Степанова О.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Прометей, 2013.— 268 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26941>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

в) интернет-ресурсы:

1. <http://www.edu.ru> — Сайт федерального портала «Российское образование».

2. <http://fcior.edu.ru/> — Сайт федерального центра информационно-образовательных ресурсов.

3. <http://www.menobr.ru> — Портал информационной поддержки руководителей образовательных учреждений.

4. <http://www.mon.gov.ru> — Министерство образования и науки Российской Федерации.

5. <http://www.obrnadzor.gov.ru> — Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор).

6. <http://www.ed.gov.ru> — Федеральное агентство по образованию (Рособразование).

7. <http://www.fasi.gov.ru> — Федеральное агентство по науке и инновациям (Роснаука).

8. <http://www.edu.ru> — Федеральный портал «Российское образование».

9. <http://www.school.edu.ru> — Российский общеобразовательный портал.

10. <http://www.ict.edu.ru> — Федеральный портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании».

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учреждение располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лекционных, семинарских и практических занятий.

Слушатели имеют доступ с компьютеров, входящих в локальную сеть и сеть Wi-Fi, в Интернет.

В Учреждении организованы учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Данные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа используются слайд-лекции с обратной связью (интерактивные).

9. Методические указания слушателям по освоению дисциплины

Методические указания для слушателей по организации самостоятельной работы в процессе освоения дисциплины

Самостоятельная работа имеет целью закрепление и углубление знаний и навыков, полученных на лекциях и семинарских занятиях по дисциплине, подготовку к зачету, а также формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний.

Основными видами самостоятельной работы являются:

- изучение отдельных теоретических вопросов при подготовке к семинарам, в том числе подготовка докладов, сообщений, рефератов по данным вопросам;
- осмысление информации, сообщаемой преподавателем, ее обобщение и краткая запись;
- своевременная доработка конспектов лекций;
- подбор, изучение, анализ и конспектирование рекомендуемой литературы;
- подготовка к зачету.

Методические указания для слушателей по подготовке к занятиям семинарского типа

Целью занятий семинарского типа является: проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения обучающимися программного материала; формирование и развитие умений, навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач, анализа профессионально-прикладных ситуаций; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Подготовка к занятию семинарского типа включает в себя: работу в электронной информационно-образовательной среде, содержащей все образовательные ресурсы.

Слушатель должен изучить основную литературу по теме занятия семинарского типа, и, желательно, источники из списка дополнительной литературы, используемые для расширения объема знаний по теме (разделу), интернет-ресурсы.

Семинарские занятия способствуют успешному и эффективному самостоятельному изучению слушателями предмета, углубленному его пониманию. Широкий круг источников, предлагаемый слушателям, позволяет не только расширить эрудицию, но и проникнуть в содержание современных управленческих направлений во всей их специфичности.

Для более успешного освоения материала слушателям предлагается следующая последовательность подготовки темы:

1. Внимательно ознакомьтесь с содержанием плана семинарского занятия.
 2. Прочитайте конспект лекции.
 3. Познакомьтесь с соответствующими разделами учебных пособий.
 4. Прочтите рекомендуемую по теме литературу и составьте конспект прочитанного.
 5. Проведите самоконтроль через соответствующие вопросы.
 6. Составьте план изложения ответа на каждый вопрос плана занятия.
- Тема должна быть изложена по плану, причем план можно предложить свой, в соответствии с той литературой, которая имеется у слушателя.
- Во избежание механического переписывания материала рекомендованной литературы необходимо:
- а) представить рассматриваемые проблемы в развитии;
 - б) провести сравнение различных концепций по каждой проблеме;
 - в) отметить практическую ценность данных событий;
 - г) аргументировано изложить собственную точку зрения на рассматриваемую проблему.

Методические рекомендации по выполнению рефератов

Выбор темы и назначение руководителя. Тема реферата выбирается слушателем самостоятельно из предоставленного преподавателем перечня или формулируется самостоятельно и согласовывается с преподавателем.

Подбор и изучение литературы. При написании реферата целесообразно использовать не только учебники и учебные пособия, но и монографии, диссертации, справочники, словари, журнальные статьи, сборники научных трудов, материалы научных конференций и др. Большую помощь в подготовке реферата может оказать сеть Интернет, где также можно получить нужную информацию.

Изучение литературы предполагает выделение основных идей и письменную фиксацию всего ценного в их содержании, для чего нужно владеть начальными навыками работы с текстом. Чтобы лучше понять логику изучаемого текста, надо составить развернутый план, с помощью которого легко восстановить в памяти идеи автора. Это логический каркас исследования проблемы, которым можно воспользоваться при составлении плана собственной работы. План может быть простым, т.е. состоящим из общих заголовков крупных частей текста, или сложным, развернутым, включающим в виде пунктов и подпунктов дробные логически взаимосвязанные положения.

Структура и объём. Структура реферата состоит из следующих элементов:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.

3. Введение.
4. Основная часть, состоящая из глав (параграфов).
5. Заключение.
6. Библиография (список использованной литературы).

Во Введении (1-2 страницы) обосновывается актуальность темы, кратко излагаются известные подходы к ее изучению в литературе, формулируются цели и задачи написания работы. Основная часть работы включает в себя материал, призванный отразить центральные вопросы выбранной темы. Заключение (1-2 страницы) должно содержать основные выводы, к которым пришел слушатель, работая над избранной темой.

Объем реферата не должен превышать 15-20 печатных страниц формата А4.

Общие требования к стилю изложения. Реферат должен быть выдержан в стиле научного текста, для которого характерны точность, лаконичность, аргументированность и доказательность. Правомерно использование определённых фразеологических оборотов, слов-связок, вводных слов, которые логически связывают предыдущую и последующую части текста. Без необходимости в текст не стоит вводить слова иностранного происхождения. В тексте не должно быть витиеватых оборотов, повторов, терминов и слов, точное значение которых слушателю неизвестно.

Библиография. Библиография, т.е. список использованной литературы, помещается после заключения. Список формируется в алфавитном порядке (по фамилиям авторов и заглавиям книг) и нумеруется. Авторы, носящие одинаковую фамилию, располагаются в алфавитном порядке по инициалам. Работы одного и того же автора располагаются в алфавитном порядке по заглавиям или в хронологическом порядке по годам издания.

Оформление печатного текста. Реферат принимается только в печатном виде. Его текст выполняется шрифтом «Times New Roman», размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный, нумерация страниц – вверху, от центра (номер на титульном листе не ставится), поля: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, правое – 1 см, левое – 3 см.

Все структурные элементы текста, кроме параграфов внутри глав, начинаются с новой страницы. Главы и параграфы должны иметь заголовки.

Листы реферата сшиваются в папке-скоросшивателе.