

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
 Должность: директор  
 Дата подписания: 14.02.2023 16:14:48  
 Уникальный программный ключ:  
 880f7c07c583307b775f6604a670281b17c09f13

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б.1.В.ДВ.08.01 «Социальный маркетинг»

Автор: доцент, к.э.н., доцент Усачева Е.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 39.03.02.- Социальная работа

**Профиль:** Социальная работа в различных сферах жизнедеятельности

**Квалификация (степень) выпускника:** Бакалавр

**Форма обучения:** заочная

**Цель освоения дисциплины:** формирование у будущих бакалавров системы знаний концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства, а также умений и навыков использования технологий и инструментов маркетинга в профессиональной деятельности.

Дисциплина Б.1.В.ДВ.08.01 «Социальный маркетинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-4	способностью к осуществлению оценки и контроля качества оказания социальных услуг, социального обеспечения и мер социальной помощи на основе достижений современной квалиметрии и стандартизации	ПК – 4.1.	способность выявлять и измерять показатели качества социального обслуживания и мер социальной поддержки на основе достижений современной квалиметрии и стандартизации;

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного типа задач в будущей профессиональной деятельности.

#### План курса:

Тема 1	Социальный маркетинг: сущность, философия, ключевые понятия.
Тема 2	Маркетинговые исследования в социальном маркетинге.
Тема 3	Продукт социального маркетинга. Товарная и ценовая политика.
Тема 4	Продвижение товара в социальном маркетинге.
Тема 5	Управление маркетингом в социальной сфере.
Тема 6.	Стратегии маркетинга, план маркетинга и комплекс маркетинга в социальной сфере.
Тема 7.	Маркетинг взаимоотношений.
Тема 8.	Особенности маркетинга отдельных отраслей социальной сферы.

#### Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Социальный маркетинг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Для заочной формы:

– при проведении занятий семинарского типа: устные индивидуальные опросы, доклады, тестирование, практикум, дискуссии.

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: собеседование по работе, проверка выполненного задания.

Промежуточная аттестация проводится в устной форме в виде зачета (устный опрос).

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения

<p>Деятельность по реализации социальных услуги мер социальной поддержки населения/Организация социального обслуживания и социальной поддержки граждан с учетом их индивидуальной потребности /Организация работы по вовлечению в социальную работу институтов гражданского общества/Обеспечение посредничества между гражданином, нуждающимся в предоставлении социальных услуг или мер социальной поддержки, и различными специалистами (учреждениями) с целью представления интересов гражданина и решения его социальных проблем/ Организация межведомственного взаимодействия с целью реализации потребностей граждан в различных видах социальных услуг</p>	<p>ПК – 4.1.</p>	<p>на уровне знаний: особенностей и специфики маркетинга в социальной работе; особенностей функционирования рынка социальных услуг; принципов проектирования маркетинговой деятельности в социальной сфере; маркетинговых технологий социальной защиты, социального обеспечения, социальной помощи и социального обслуживания</p> <p>на уровне умений: применять на практике методы исследования социальной сферы, социальных процессов в целом и использовать полученные знания в управлении организаций социальной сферы; умение составлять алгоритм действий по организации процесса оказания социальных услуг; умение разрабатывать комплекс маркетинга организации социальной сферы</p> <p>на уровне навыков: сбора и анализа маркетинговой информации в сфере социальных услуг; работы в соответствии с технологиями маркетинга в сфере социальных услуг; владения инструментами обеспечения конкурентоспособности и перспективными маркетинговыми социальными стратегиями и технологиями; анализа эффективности маркетинговой деятельности.</p>
---	------------------	--

### Основная литература:

1. Голубкова, Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Голубкова. - 4-е изд., пераб. и доп. - Электрон. дан. - М. : Юрайт, 2016. - 344 с. <https://www.biblio-online.ru/book/DACEBED9-00C9-4DBC-A246-99628E1978CD>
2. Данько, Тамара Петровна. Управление маркетингом : учебник для студентов вузов/ Т. П. Данько. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 363 с.
3. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - Изд. 2-е, доп. - М.: Вузовский учебник [и др.], 2013. - 367 с.
4. Комаров, Е.И. Управление эффективностью социальных учреждений: учеб.-практ. пособие / Е. И. Комаров, Н. Н. Стрельникова, И. В. Малофеев. - М.: Дашков и К, 2014. - 301 с. <http://www.iprbookshop.ru/24837>
5. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: [учебник] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-е изд. - СПб.[и др.]: Питер, 2014. - 800 с. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124>