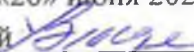


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры социальной работы
протокол от «26» июня 2020 г. № 11
Зав. кафедрой  /У.С. Вильданов

Согласовано:
Председатель УМК факультета философии
и социологии

/З.Н. Хабибуллина



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинговые исследования в социальной работе


Часть, формируемая участниками образовательных отношений

программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)
39.04.02 – Социальная работа

Направленность (профиль) подготовки
«История, методология и теория социальной работы»

Квалификация
Магистр

Разработчик (составитель) Доцент, к.с.н., доцент	 / Калимуллина Э.Р.
---	---

Дата приема 2020

Уфа 2020 г.

Составитель / составители: Калимуллина Эльза Рамисовна

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социальной работы, протокол от «26» июня 2020 г, протокол №11

Заведующий кафедрой

 / Вильданов У.С. /

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных спланируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	13
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	1. Особенности и виды маркетинговых исследований	Способность к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов (ПК-6)	
	2. Методы проведения маркетинговых исследований	Способность к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов (ПК-6)	
Умения	1. Разрабатывать план маркетингового исследования в социальной работе	Способность к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов (ПК-6)	

	2. Анализировать результаты маркетингового исследования в социальной работе	Способность к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов (ПК-6)	
Владения (навыки / опыт деятельности)	Владеть методикой проведения маркетинговых исследований в социальной работе	Способность привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства (ПК-5); способность к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов (ПК-6)	

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые исследования в социальной работе» относится к вариативной части.

Дисциплина изучается на 2 году обучения в 3 семестре.

Целью дисциплины является освоение студентами теоретических знаний и практических навыков в области разработки и проведения маркетинговых исследований в социальной работе.

Данная дисциплина логически и содержательно-методически связана с другими дисциплинами образовательной программы, такими как «Социальный маркетинг», «Теория и практика управления в социальной работе», «Научное творчество в социальной работе», «Методология научных исследований», «Основы научно-исследовательской работы».

Теоретической дисциплиной, для которой освоение курса «Маркетинговые исследования в социальной работе» необходимо как предшествующее, является «Социальный маркетинг».

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ПК-5 – способность привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: способы привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Не сформированы знания о способах привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Сформированы фрагментарные знания о способах привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	В целом сформированы, но с отдельными пробелами, знания о способах привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Сформированы комплексные и систематические знания о способах привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства
Второй этап (уровень)	Уметь: привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций	Не сформированы умения привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций	Сформированы на простейшем уровне умения привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций	В целом сформированы, но с отдельными недостатками, умения привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций	Сформированы на высоком уровне умения привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций

	для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Отсутствуют навыки привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Сформированы на простейшем уровне навыки привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Сформированы на базовом уровне навыки привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Сформированы на высоком уровне навыки привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства

ПК-6 – способность к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: особенности, виды и методы маркетинговых исследований	Не сформированы знания об особенностях, видах и методах маркетинговых исследований	Сформированы фрагментарные знания об особенностях, видах и методах маркетинговых исследований	В целом сформированы, но с отдельными пробелами, знания об особенностях, видах и методах маркетинговых исследований	Сформированы комплексные и систематические знания об особенностях, видах и методах маркетинговых исследований

Второй этап (уровень)	Уметь: разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в социальной работе	Не сформированы умения разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в социальной работе	Сформированы на простейшем уровне умения разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в социальной работе	В целом сформированы, но с отдельными недостатками, умения разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в социальной работе	Сформированы на высоком уровне умения разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в социальной работе
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками разработки и проведения маркетинговых исследований в социальной работе	Отсутствуют навыки разработки и проведения маркетинговых исследований в социальной работе	Сформированы на простейшем уровне навыки разработки и проведения маркетинговых исследований в социальной работе	Сформированы на базовом уровне навыки разработки и проведения маркетинговых исследований в социальной работе	Сформированы на высоком уровне навыки разработки и проведения маркетинговых исследований в социальной работе

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знать особенности и виды маркетинговых исследований	ПК-6	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет
	2. Знать методы проведения маркетинговых исследований	ПК-6	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет
2-й этап Умения	1. Уметь разрабатывать план маркетингового исследования в социальной работе	ПК-6	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет

	2. Уметь анализировать результаты маркетингового исследования в социальной работе	ПК-6	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет
3-й этап Владеть навыками	Владеть методикой проведения маркетинговых исследований в социальной работе	ПК-5, ПК-6	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет

Описание оценочных средств и методики их оценивания

Вид оценочного средства	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Устный опрос (выступление на семинарском занятии)	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической подготовки к занятию – способность обобщать и анализировать полученные знания – умение логично и грамотно излагать собственные умозаключения и выводы 	Оценки «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» *
Доклад	<ul style="list-style-type: none"> – умение собирать и систематизировать теоретический материал – способность обобщать и анализировать данные – умение раскрыть сущность избранной темы, выделить главную мысль – умение логично и грамотно излагать полученную информацию – умение работать с различными источниками информации 	Оценки «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» *
Реферат	<ul style="list-style-type: none"> – самостоятельность при выполнении работы – грамотность оформления работы – глубина осмысления избранной проблемы – качество структуры и логики изложения материала – способность анализировать и синтезировать информацию – умение работать с текстовыми и электронными источниками научной информации, справочной и энциклопедической литературой – умение делать обобщения и выводы 	Оценки «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» *

Устный контрольный опрос	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической подготовки – умение делать обобщения и выводы – способность анализировать полученные знания – систематичность полученных знаний 	Оценки «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» *
Зачет	<ul style="list-style-type: none"> – уровень, прочность и систематичность полученных знаний и умений – уровень приобретения навыков самостоятельной работы, развития научно-практического мышления – умение обобщать полученные знания и применять их при анализе, прогнозировании и моделировании социальных явлений и процессов 	Оценки «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» *

* Примечание.

Оценка «отлично» ставится студентам, которые в процессе или результате выполнения учебного задания:

- обнаруживают всестороннее систематическое знание учебного материала;
- владеют необходимым понятийно-категориальным аппаратом;
- показывают способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленных вопросов;
- подтверждают теоретические положения практическими примерами.

Оценка «хорошо» ставится студентам, которые в процессе или результате выполнения учебного задания:

- обнаруживают хорошее знание учебного материала;
- показывают умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;
- обнаруживают знание основных характеристик, закономерностей и понимание взаимосвязей раскрываемых категорий, явлений, процессов;
- подтверждают теоретические положения практическими примерами;
- допускают отдельные погрешности и неточности при ответе.

Оценка «удовлетворительно» ставится студентам, которые в процессе или результате выполнения учебного задания:

- обнаруживают знания учебного материала только в рамках лекционного курса;
- допускают нарушения в последовательности изложения материала, имеют затруднения с выводами;
- допускают существенные погрешности при ответе.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые в процессе или результате выполнения учебного задания:

- показывают непонимание или крайне неполное знание основных понятий и категорий дисциплины;
- обнаруживают отсутствие умений применять теоретические знания при выполнении практических задач.

Вопросы к зачету

1. Теория и методология маркетинга.
2. Общая характеристика эволюции рыночных отношений.
3. Становление централизованного рыночного обмена.

4. Философские аспекты маркетинга.
5. Сущность и специфика социального маркетинга.
6. Рынок труда РБ: состояние и тенденции.
7. История возникновения централизованного обмена товарами.
8. Основные предпосылки, способствующие развитию маркетинга.
9. Развитие маркетинга за рубежом и в России.
10. Государственный и муниципальный маркетинг в региональном управлении.
11. Стратегия развития современной концепции маркетинга.

Примерные темы докладов и рефератов

1. Понятие маркетинга социальной сферы.
2. Основные принципы маркетинга социальной сферы.
3. Цели и критерии маркетинга социальной сферы.
4. Процесс маркетинга социальной сферы.
5. Разработка комплекса маркетинга социальной сферы.
6. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация.
7. Система маркетинговой информации.
8. Система маркетинговых исследований.
9. Схема маркетингового исследования.
10. Поведение потребителей услуг социальной сферы.
11. Социально-экономические факторы поведения потребителей услуг социальной сферы.
12. Культурные факторы поведения потребителей услуг социальной сферы.
13. Психологические факторы поведения потребителей услуг социальной сферы.
14. Разработка и предложение услуг социальной сферы как маркетинговая проблема.
15. Понятие товарной услуги в социальной сфере.
16. Гарантийное и сервисное обслуживание в социальной сфере.
17. Жизненный цикл услуг социальной сферы.
18. Возмещение затрат и ценообразование в социальной сфере.
19. Рыночные и вне рыночные аспекты воспроизводства социальной сферы.
20. Формирование цен на товарные услуги в социальной сфере.
21. Принципы ценообразования на рынках различных типов.
22. Комплекс продвижения услуг социальной сферы.
23. Реклама услуг социальной сферы.
24. Сущность и формы рекламы.
25. Этапы разработки рекламной компании.
26. Управление в маркетинге социальной сферы.
27. Организация службы маркетинга в учреждениях социальной сферы.
28. Планирование маркетинга.
29. Контроль маркетинговых мероприятий.
30. Отличие социального маркетинга от пропаганды.
31. Социальная сфера как объект маркетинга.
32. Коммерческие и некоммерческие субъекты рынка.
33. Концепции социального маркетинга.
34. Фандрайзинг.
35. Спонсорство.
36. Благотворительность.
37. Основные направления социальной деятельности коммерческих и некоммерческих организаций.
38. Маркетинг социально-значимой проблемы.
39. Требования к социально-маркетинговой деятельности.

40. Корпоративная социальная ответственность.
41. Социальные стандарты бизнеса.
42. Социально-значимые продукты.
43. Ценообразование на социально-значимые продукты.
44. Распределение социально-значимых продуктов.
45. Методы продвижения социально-значимого продукта.
46. Специфика маркетингового управления.
47. Маркетинговые информационные системы.
48. Сегментирование рынка в социальном маркетинге.
49. Конкурсы социально-маркетинговых кампаний и брендов.
50. Маркетинг здорового образа жизни.
51. Социальная реклама как технология социального маркетинга.

Вопросы к семинарским занятиям и устному контрольному опросу

1. Понятие маркетингового исследования.
2. История возникновения и развития маркетинговых исследований.
3. Мировой и российский рынки маркетинговых исследований.
4. Концептуальные основы маркетинга социальной сферы.
5. Социальная работа как объект маркетинговой деятельности.
6. Специфика рынка услуг в сфере социальной работы.
7. Планирование маркетинговой деятельности в учреждениях социальной сферы.
8. Основные принципы маркетинга в социальной сфере.
9. Социологические и маркетинговые исследования: взаимосвязь и отличия.
10. Маркетинговые исследования в некоммерческом секторе.
11. Цели и направления маркетинговых исследований в социальной работе.
12. Виды маркетинговых исследований в социальной работе.
13. Первичные и вторичные маркетинговые исследования.
14. «Кабинетные» маркетинговые исследования.
15. Этапы маркетинговых исследований в социальной работе.
16. Программа маркетингового исследования.
17. Информационные системы социального маркетинга.
18. Источники сбора маркетинговой информации.
19. Методы изучения потребителей и конкурентов в социальном маркетинге.
20. Инструментарий проведения маркетинговых исследований в социальной работе.
21. Особенности метода наблюдения в социальном маркетинге.
22. Особенности эксперимента в социальном маркетинге.
23. Методика проведения анкетного опроса в маркетинговом исследовании.
24. Методика проведения интервью в маркетинговом исследовании.
25. Качественные и количественные исследования в социальном маркетинге.
26. Фокус-группы как метод маркетинговых исследований.
27. Специфика маркетинговых исследований образа жизни, потребностей и мотивов поведения.
28. Анализ результатов маркетингового исследования.
29. Прогнозирование индивидуального и массового спроса.
30. Представление результатов маркетингового исследования.
31. Взаимодействие учреждений социальной работы со специализированными центрами маркетинговых исследований.
32. Этические проблемы маркетинговых исследований.
33. Международный кодекс проведения социологических и маркетинговых исследований ESOMAR/ICC.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru/>

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования: учеб. пособие [Электронный ресурс]. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 294 с. – Доступ возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online». – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454102&sr=1
2. Судас Л.Г. Маркетинговые исследования в социальной сфере: учебник / Л.Г. Судас, М.В. Юрасова. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 270 с.

Дополнительная литература:

1. Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и К, 2015. – 295 с.
2. Коротков А.В. Маркетинговые исследования: учебное пособие [Электронный ресурс]. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 304 с. – Доступ возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online». – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/book/119143/>
3. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, 2006. – 439 с.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт Росстата. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
2. Сайт журнала «Социологические исследования». – Режим доступа: <http://socis.isras.ru>
3. Научная электронная библиотека «E-library». – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru>
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
5. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru>
6. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>
7. Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – Режим доступа: <http://www.wciom.ru>
8. Единый архив социологических и экономических данных. – Режим доступа: <http://sophist.hse.ru>
9. Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
10. Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

Перечень программного обеспечения

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. № 104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. № 114 от 12.11.2014 г.
3. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор № 004 от 19.03.2019 г.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»: <http://lib.bashedu.ru/>
- ЭБС издательства «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Электронный читальный зал БашГУ»: <https://elib.bashedu.ru/>
- Министерство труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru> -
- «Пенсионный фонд Российской Федерации» - <http://www.pfrf.ru>
- Министерство семьи, труда и социальной защиты населения РБ <http://mintrudrb.ru>
- Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [Электронный ресурс]. – URL: <http://scool-collection.edu.ru>
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – URL: <http://window.edu.ru>
- Издательство «Лань» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://e.lanbook.com/>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>
- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>
- ibooks.ru [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://ibooks.ru>
- Znanium.com [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com>
- Социология, психология, управление [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – URL: <http://soc.lib.ru>
- Журнал СОННЭТ – Социальное обслуживание населения - <http://son-net.info/metodichka/programmy-proekty-texnologii/>
- Соционет: научное информационное пространство по общественным наукам - URL: https://socionet.ru/section.xml?h=book_sociologia
- Агентство социальной информации. Информационная поддержка гражданских инициатив - URL: <https://www.asi.org.ru>
- Фонд «Общественное мнение» - <http://fom.ru/>
- ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения) - <http://www.wciom.ru>
- Союз Социальных Работников и Социальных Педагогов. - URL: <http://ssopir.ru/>
- Белорусская тематическая база для социальных работников. <http://www.belbsi.b>
- Архив видео-материалов - посвященных социальной работе - <http://www.socialwork-archive.org/>
- Международная площадка для общения социальных работников - <https://acronyms.thefreedictionary.com/Social+Work+Internætional+Platform> -
- Электронный журнал "Вестник благотворительности" - http://www.a-z.ru/nkoinfo/period/vestnic_blag/ -

— [ИНСТИТУТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РАБОТНИКОВ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ - http://soc-education.ru](http://soc-education.ru)

— «Электронный журнал «Практика социальной работы» - <http://www.центрсемья.рф/about> -

— Современные исследования социальных проблем- <https://soc-journal.ru>

— Журнал «Социальная политика и социология» <https://rgsu.net/about/science/publishing/magazine/social-policy-and-sociology/>

— Портал «Все о социальной поддержке» - <http://www.socialnaya-podderzhka.ru>

— Американский журнал «Социальная работа сегодня». - <http://www.socialworktoday.com>

— Сайт американского журнала «Новый социальный работник» - <http://www.socialworker.com/>

— Форум социальных работников и студентов социальной работы - <http://www.socialworkchat.org/index.php>

— Гарант - <http://www.garant.ru/hotlaw/mon/114756.htm>

Консультант Плюс- <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/4081.html>

6. Материально-техническая база,

необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 408 (ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория № 409 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Лекции	Аудитория № 408 Учебная мебель, доска Аудитория № 409 Учебная мебель, доска
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 408 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория № 409 (помещение,	Практические занятия	Аудитория № 408 Учебная мебель, доска Аудитория № 409 Учебная мебель, доска

ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)		
3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 419 (помещение, ул.Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория № 421 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)	Индивидуальные и групповые консультации	Аудитория № 419 компьютерный класс Учебная мебель, шкафы, моноблоки МоноблокLenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB (15 штук). Аудитория № 421 компьютерный класс Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQMX660, экран настенный ClassicNorma 244*183. Компьютер в сборе PowerCoolCore i3-8100 (3.5), 8 GB (15 штук); LCD Монитор 21,5`` (15 штук). Программное обеспечение: 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №104 от 17.06.2013 г.) 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №114 от 12.11.2014 г.) 3. Windows 10. Бессрочная лицензия, предустановленная (договор №004 от 19.03.2019 г.)
4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 419 (помещение, ул.Карла Маркса, д. 3, корп. 4), аудитория № 421 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Аудитория № 419 компьютерный класс Учебная мебель, шкафы, моноблоки МоноблокLenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB (15 штук). Аудитория № 421 компьютерный класс Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQMX660, экран настенный ClassicNorma 244*183. Компьютер в сборе PowerCoolCore i3-8100 (3.5), 8 GB (15 штук); LCD Монитор 21,5`` (15 штук). Программное обеспечение: 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №104 от 17.06.2013 г.) 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор №114 от 12.11.2014 г.) 3. Windows 10. Бессрочная лицензия, предустановленная (договор №004 от 19.03.2019 г.)
5. Помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, 3/4, 3 этаж, каб. 302)	Самостоятельная работа	Читальный зал № 5 Учебная мебель – 27 посадочных мест, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.
6. Помещение для хранения и профилактичес-		Аудитория № 305 Учебная мебель, орг. техника

кого обслуживания учебного оборудования: аудитория № 305 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)		
---	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Маркетинговые исследования в социальной работе» на 3 семестр
очная
форма обучения

Рабочую программу осуществляют:

Лекции: профессор, д. филос. н. Акчурин Б.Г.

Практические занятия: профессор, д. филос. н. Акчурин Б.Г.

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	22,7
лекций	6
практических/ семинарских	12
лабораторных	–
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	49,3
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	–

Форма(ы) контроля:
зачет, 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	4	5	6	7	8	9	10
1.	Понятие маркетингового исследования. Генезис маркетинговых исследований	1	2	–	8	Основная: №№ 1–3 Дополнительная: №№ 1–6	1) чтение и анализ текстов по теме; 2) конспектирование основной и дополнительной литературы	Устный опрос, заслушивание докладов
2.	Социальная работа как объект маркетинговых исследований	1	2	–	8	Основная: №№ 1–3 Дополнительная: №№ 1–6	1) чтение и анализ текстов по теме; 2) конспектирование основной и дополнительной литературы	Устный опрос, заслушивание докладов
3.	Виды маркетинговых исследований в социальной работе	1	2	–	8	Основная: №№ 1–3 Дополнительная: №№ 1–6	1) чтение и анализ текстов по теме; 2) конспектирование основной и дополнительной литературы	Устный опрос, заслушивание докладов

4.	Этапы маркетингового исследования в социальной работе	1	2	–	8	Основная: №№ 1–3 Дополнительная: №№ 1–6	1) чтение и анализ текстов по теме; 2) конспектирование основной и дополнительной литературы	Устный опрос, заслушивание докладов
5.	Особенности конкретных методик проведения маркетинговых исследований в социальной работе	1	2	–	8	Основная: №№ 1–3 Дополнительная: №№ 1–6	1) чтение и анализ текстов по теме; 2) конспектирование основной и дополнительной литературы	Устный опрос, проверка и защита рефератов
6.	Анализ и представление результатов маркетингового исследования в социальной работе	1	2	–	9,3	Основная: №№ 1–3 Дополнительная: №№ 1–6	1) чтение и анализ текстов по теме; 2) конспектирование основной и дополнительной литературы	Устный контрольный опрос
Всего часов:		6	12	–	49,3			

