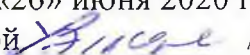


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждена:
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)

Социальный маркетинг

Обязательна часть

программа магистратуры

Направление подготовки
39.04.02- Социальная работа

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

Квалификация
Магистр

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

Для 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. /

Содержание	Стр.
1.Титульный лист с указанием названия дисциплины, направления, программы или профиля подготовки	1
2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)	3
3 Место дисциплины в структуре ООП	6
4. Объем дисциплины (модуля)	7
5. Содержание дисциплины модуля	8
6.Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
7.Перечень компетенций с этапами освоения образовательной программы и описанием показателей критериев их оценивания на различных этапах формирования	21
8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	29
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	32
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	33
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине \	37
12. Материально-техническая база осуществления образовательного процесса по дисциплине	38

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	методику прогнозирования результатов организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы	способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-4)	
	принципов и технологий реализации современного социального партнерства	владение знаниями об основных тенденциях развития социально-технологической деятельности и готовностью к их применению в сфере своей профессиональной деятельности (ПК-5)	
	основы социального маркетинга и маркетинговые технологии	способностью 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)	
	Основы взаимодействия участников профессионального коллектива	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-	

		1)	
Умения	прогнозировать результаты принимаемых организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы	способностью привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства (ПК-4)	
	привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	способностью 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)	
	формировать позитивный имидж социальной работы и социальных работников	способностью 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)	
	Использовать знания в профессиональной деятельности, в профессиональной коммуникации и межличностном общении	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-1)	
Овладения (навыки / опыт деятельности)	способностью прогнозировать результаты принимаемых организационно-управленческих решений и готовностью брать ответственность за их последствия	способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений	

		(ПК-4)	
	способностью привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	способностью 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)	
	технологиями социального маркетинга с целью развития рынка социальных услуг	способностью 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)	
	Способностью уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-1)	

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Б1.В.ОД.7 Вариативная часть» ФГОС ВО по направлению подготовки 39.04.02- Социальная работа.

Теоретические дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Научные школы теории и практики социальной работы в России и за рубежом», «Теория и практика управления в социальной работе».

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ЗЕТ	Всего часов по плану	Контактная работа				Самостоятельная работа студента	Контроль
		Лекции	Лабораторные	Практические	Контроль самостоятельной работы		
		ДО	ДО	ДО	ДО		
2	72	8	-	16	4	40	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине Социальный маркетинг

магистратура
3 семестр (д/о)

Рабочую программу осуществляют:

Зачетных единиц трудоемкости (ЗЕТ) 2
Учебных часов: 72
лекций (в т.ч. в интерактивных формах) - 8(д/о)

Лекции: доцент кафедры социальной работы БашГУ, к.
социол. наук

(должность, уч. степень, звание, ф.и.о.)
Калимуллина Э.Р.

Практических занятий -16(д/о)

Практические занятия: доцент кафедры социальной
работы БашГУ, к. социол. наук

(должность, уч. степень, звание, ф.и.о.)
Калимуллина Э.Р.

КСР-4(Д/о) _____
СРС-40(Д/О) _____

зачет

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов	Кол-во часов	Интерактивные методы обучения	Меж-предметные связи	Инновационные методы в обучении	Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам	Задания по самостоятельной работе студентов с указанием литературы, номеров задач	Количество часов самост. работы	Форма контроля самостоятельной работы студентов (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Сущность и содержание социального маркетинга. 1. Концепции маркетинга. 2. Виды и типы современного маркетинга. 3. Предпосылки и история возникновения социального маркетинга. 4. Особенности и задачи социального маркетинга.	ЛК ПК	2 4	Групповые дискуссии	Научные школы теории и практики социальной работы в России и за рубежом. Социальное проектирование.	Презентация Слайдшоу	«О» 1,5,7 «Д» 3,4	№ 1 «О» 1, 2,5 «Д» 8,9	10	Устный опрос. Реферат.

2.	Основные виды социального маркетинга. 1. Особенности использования фандрайзинга в некоммерческих организациях. 2. Основные виды и модели фандрайзинга. 3. Фандрайзинг в некоммерческих организациях. 4. Спонсорство и благотворительность. 5. Особенности мотивации потенциальных благотворителей.	ЛК ПК	2 4	Групповые дискуссии	Теория и практика управления в социальной работе. Социальное проектирование.	Презентация Слайдшоу	«О» 3,5 «Д» 2,3,4	№ 2 «О» 5,6,8 «Д» 2,3,4	10	Устный опрос. Реферат
3.	Маркетинговые исследования в социальной сфере. 1. Сущность маркетинговых исследований в некоммерческом секторе. 2. Типы маркетинговых исследований. 3. Информационные системы социального маркетинга.	ЛК ПК	2 4	Групповые дискуссии	Научные школы теории и практики социальной работы в России и за рубежом. Методология научных исследований.	Презентация Слайдшоу	«О» 1-3 «Д» 1,2	№ 3 «О» 1-5 «Д» 1,2,7	10	Устный опрос. Реферат

	4.Цели, задачи и направления маркетинговых исследований социальной сферы.									
4.	Разработка комплекса социального маркетинга. 1.Элементы комплекса маркетинга. 2.Понятие некоммерческого продукта. Виды некоммерческих продуктов. 3.Стратегии формирования цен. 4.Стратегии распределения и предоставления некоммерческих товаров.	ЛК ПК	2 4	Групповые дискуссии	Научные школы теории и практики социальной работы в России и за рубежом. Современные технологии социально-медицинской работы.	Презентация Слайдшоу Видео-фильм	«О» 1-3 «Д» 5,9,10	№ 4 «О» 1,7,8 «Д» 6,7,10	10	Устный опрос. Реферат.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Образовательные технологии

Изучение дисциплины «Социальный маркетинг» предполагает использование компьютерных технологий (составление презентаций и др.) и следующих форм занятий:

1. Лекции (информационная лекция – излагаются материалы, требующие запоминание, проблемная лекция – с постановкой определенной проблемы, интерактивная лекция – построена на групповом взаимодействии, сотрудничестве студентов).

2. Семинарские занятия – углубленное изучение материала программы.

Запланировано использование активных и интерактивных форм проведения занятий: семинар-дискуссия, мозговой штурм, деловая игра, кейс-метод.

3. Реферат (от лат. refero - докладываю, сообщаю) - краткое изложение научной проблемы, результатов научного исследования, содержащихся в одном или нескольких произведениях идей и т. п.

Реферат является научной работой, поскольку содержит в себе элементы научного исследования. В связи с этим к нему должны предъявляться требования по оформлению, как к научной работе.

Общие требования к оформлению рефератов. Текст реферата должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ, основные положения которого здесь и воспроизводятся. Общий объем работы – 15-20 страниц печатного текста (с учётом титульного листа, содержания и списка литературы) на бумаге формата А4, на одной стороне

листа. Титульный лист оформляется по указанному образцу. В тексте должны композиционно выделяться структурные части работы, отражающие суть исследования: введение, основная часть и заключение, а также заголовки и подзаголовки. Целью реферативной работы является приобретение навыков работы с литературой, обобщения литературных источников и практического материала по теме, способности грамотно излагать вопросы темы, делать выводы.

Реферат должен содержать: титульный лист, оглавление, введение, основную часть (разделы, части), выводы (заключительная часть), пронумерованный список использованной литературы (не менее 2-х источников) с указанием автора, названия, места издания, издательства, года издания, приложения. В начале реферата должно быть оглавление, в котором указываются номера страниц по отдельным главам. Во введении следует отразить место рассматриваемого вопроса в естественнонаучной проблематике, его теоретическое и прикладное значение. (Обосновать выбор данной темы, коротко рассказать о том, почему именно она заинтересовала автора). Основная часть должна излагаться в соответствии с планом, четко и последовательно, желательно своими словами. В тексте должны быть ссылки на использованную литературу. При дословном воспроизведении материала каждая цитата должна иметь ссылку на соответствующую позицию в списке использованной литературы с указанием номеров страниц, например /11, с.76/ или «В работе [15] рассмотрены...» Каждая глава текста должна начинаться с нового листа, независимо от того, где окончилась предыдущая. I глава. Вступительная часть. Это короткая глава должна содержать несколько вступительных абзацев, непосредственно вводящих в тему реферата. II глава. Основная научная часть реферата. Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Эту главу целесообразно разбить на подпункты - 2.1., 2.2. (с указанием в оглавлении соответствующих страниц). Всеноски и подстрочные примечания располагаются на той же

странице, к которой они относятся. Оформление цитат. Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания.

Оформление таблиц. Все таблицы, если их несколько, нумеруют арабскими цифрами в пределах всего текста. Над правым верхним углом таблицы помещают надпись «Таблица...» с указанием порядкового номера таблицы (например «Таблица 4») без значка № перед цифрой и точки после нее. Если в тексте реферата только одна таблица, то номер ей не присваивается и слово «таблица» не пишут. Таблицы снабжают тематическими заголовками, которые располагают посередине страницы и пишут с прописной буквы без точки на конце.

Выводы (заключительная часть) должны содержать краткое обобщение рассмотренного материала, выделение наиболее достоверных и обоснованных положений и утверждений, а также наиболее проблемных, разработанных на уровне гипотез, важность рассмотренной проблемы с точки зрения практического приложения, мировоззрения, этики и т.п. В этой части автор подводит итог работы, делает краткий анализ и формулирует выводы.

В конце работы прилагается **список используемой литературы**. Литературные источники следует располагать в следующем порядке: энциклопедии, справочники;

книги по теме реферата (фамилии и инициалы автора, название книги без кавычек, место издания, название издательства, год издания, номер (номера) страницы);

газетно-журнальные статьи (название статьи, название журнала, год издания, номер издания, номер страницы).

(см. Примечание).

Формат. Реферат должен быть выполнен на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Интервал межстрочный - полуторный. Цвет шрифта - черный. Гарнитура шрифта основного текста - «Times New

Roman». Кегль (размер) - 14 пунктов, интервал между строками самого текста - 1,5. Размеры полей страницы: левое - 30 мм, верхнее и нижнее - 20 мм, правое - 1,5. Формат абзаца: полное выравнивание («по ширине»). Абзацы начинаются с новой строки и печатаются с отступом в 1,25 сантиметра. Оглавление (содержание) должно быть помещено в начале работы.

Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа, который не обозначается цифрой. В работах используются цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Расстояние между названием главы (подраздела) и текстом должно быть равно 2,5 интервалам.

Заголовки. Заголовки разделов и подразделов следует печатать на отдельной строке с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая, например: ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Нумерация. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту (титульный лист и оглавление включают в общую нумерацию). На титульном листе номер не проставляют. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки.

Титульный лист. В верхней части титульного листа пишется, в какой организации выполняется работа, далее буквами увеличенного кегля указывается тип («Реферат») и тема работы, ниже в правой половине листа - информация, кто выполнил и кто проверяет работу. В центре нижней части титульного листа пишется город и год выполнения.

Примечание. Оформление списка литературы является обязательной составляющей диссертации, реферата, курсовой, диплома и других работ. Список литературы помещают после основного текста работы. В него включают изученные при написании работы источники, которые упоминаются или цитируются в тексте.

Правила оформления списка литературы рекомендуют данные для библиографического описания брать из библиографической справки расположенной на обороте титульного листа или в конце книги.

Оформляя список литературы, источники располагают в определенной последовательности.

- В начале приводят законодательные и нормативные документы. Их располагают в соответствии со степенью значимости, а внутри каждой выделенной группы в хронологическом порядке.

- Источники на русском языке размещают в алфавитном порядке по фамилии автора, а если фамилия автора не указана, то в алфавитном порядке названий источников. Работы одного автора располагают в алфавитном порядке их названий.

- После перечисления русскоязычных работ помещают источники на иностранных языках в соответствии с латинским алфавитом.

В конце списка литературы указывают адреса сайтов сети Internet.

Библиографическое описание источника оформляется в соответствии с ГОСТом 7.80 - 2000 (Библиографическая запись. Заголовок) и ГОСТам 7.1 - 84 (Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления). Выдержки из которого приведены ниже.

Библиографическое описание книги

Автор, Имя Отчество. Основное заглавие: Сведения, относящиеся к заглавию / Сведения об ответственности. - Сведения о повторности издания. - Место издания: Издательство, год издания. - Количество страниц с.

Автор в заголовок выносится только первый, все остальные, в том числе и первый, повторяются в сведениях об ответственности. Инициалы автора желательно расшифровать, или в заголовке, или в сведениях об ответственности. Фамилия от инициалов отделяется запятой.

Библиографическое описание многотомного издания

Автор, Имя Отчество. Основное заглавие. № тома: Название тома:

Сведения, относящиеся к заглавию / Сведения об ответственности. — Сведения о повторности издания. — Место издания: Издательство, год издания. - Количество страниц в томе с.

Библиографическое описание статьи из периодического издания

Автор, И. О. Основное заглавие статьи: Сведения, относящиеся к заглавию / Имя Отчество Автор // Название журнала. - Год. - Номер. - С.номера страниц, на которых помещена статья.

Библиографическое описание статьи из сборника

Автор, Имя Отчество. Заглавие статьи // Название сборника. - Место издания, год издания. - С.номера страниц, на которых помещена статья.

Библиографическое описание нормативных актов

Название страны (административно-территориального образования).

Наименование органа власти. Основное заглавие: Вид нормативного акта //

Название издания. - Год. - Номер (число). - Страницы.

6.2 ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Задание № 1

1. Понятие о маркетинге как системе организации деятельности предприятия. Эволюция концепций маркетинга.
2. Социальный маркетинг и причины его возникновения.
3. Концепции, модели и направления социального маркетинга.
4. Социально-ответственный маркетинг. Маркетинг взаимоотношений.

Задание № 2.

1. Основные параметры социально-значимой кампании.
2. Фандрайзинг: основные формы и модели.
3. Роль спонсорства и благотворительности в укреплении имиджа и деловой репутации компании.
4. Стимулирование продаж в социальном маркетинге.

Задание № 3

1. Наблюдение, эксперимент – особенности применения в социальном маркетинге.
2. Анкетные опросы, глубинные интервью, фокус–группы.
3. Методика проведения анкетного опроса.

Задание №4

1. Комплекс социального маркетинга, его специфика.
2. Особенности разработки социального продукта.
3. Социальные инновации.

6.3ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Сущность и специфика социального маркетинга.
2. Маркетинг как социальная техника.
3. Социальная сфера как объект маркетинга и деловой партнер бизнеса.
4. Характеристика рынков и особенности маркетинга в социальной сфере.
5. Коммерческие и некоммерческие субъекты рынка. Товары общественного потребления.
6. Концепции, модели и направления социального маркетинга.
7. Фандрайзинг.
8. Спонсорство и благотворительность.
9. Планирование маркетинга в социальной сфере.
10. Инструменты реализации и способы оценки социальных программ.
11. Основные направления социальной деятельности коммерческих и некоммерческих организаций.
12. Маркетинг социально-значимой проблемы (CRM).
13. Социальная компетентность: требования к социально-маркетинговой деятельности.
14. Корпоративная социальная ответственность: программы и методы деятельности.

15. Социальная реклама и брендинг как технологии социального маркетинга.
16. Социальные стандарты бизнеса (основные блоки и стандарты социальной отчетности).
17. Социальные инновации, маркетинг инноваций (организации и проекты).
18. Специфика маркетингового управления и его организации в НКО.
19. Сущности и типы маркетинговых исследований в социальном секторе.
20. Специфика социально-маркетинговых исследований стиля жизни, нужд.

1.2 ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С ЭТАПАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И ОПИСАНИЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРИТЕРИЕВ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ФОРМИРОВАНИЯ

КОМПЕТЕНЦИИ:

(ПК-4)-способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений.

КОМПЕТЕНЦИЯ	ЭЛЕМЕНТЫ КОМПЕТЕНТНОСТИ	ЭТАПЫ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ			
		Нулевой уровень освоения	Пороговый уровень освоения	Высокий уровень освоения	
		1 этап.	2 этап.	3 этап.	4 этап.
(ПК-4)-способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений.	знания	Не сформированы знания о методике прогнозирования результатов организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы	Сформированы фрагментарные знания о методике прогнозирования результатов организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в представлениях о методике прогнозирования результатов организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы	Сформированы комплексные и систематические представления о методике прогнозирования результатов организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы
	умения	Не сформированы умения прогнозировать	Сформированы начальные умения прогнозировать	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в	Сформированы на высоком уровне умения прогнозировать

		результаты принимаемых организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы	ть результаты принимаемых организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы	умениях прогнозировать результаты принимаемых организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы	ть результаты принимаемых организационно-управленческих решений в области социально-медицинской работы
	навыки	Отсутствуют навыки использования прогнозирования результатов принимаемых организационно-управленческих решений и готовностью брать ответственность за их последствия	Сформированы простейшие навыки использования прогнозирования результатов принимаемых организационно-управленческих решений и готовностью брать ответственность за их последствия	Сформированы на базовом уровне навыки использования прогнозирования результатов принимаемых организационно-управленческих решений и готовностью брать ответственность за их последствия	Сформированы на высоком уровне навыки использования прогнозирования результатов принимаемых организационно-управленческих решений и готовностью брать ответственность за их последствия
КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ		от 0 до 34% - недостаточный уровень овладения компетенцией	от 34 до 59 % - начальный уровень овладения компетенцией	от 60 до 79 % - базовый уровень овладения компетенцией	от 80 до 100 % - повышенный уровень овладения компетенцией
СООТВЕТСВИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ		незачтено	незачтено	зачтено	зачтено

ВЫСТАВЛЯЕМОЙ ОЦЕНКЕ				
----------------------------	--	--	--	--

*При оценивании результатов освоения дисциплины (текущей и промежуточной аттестации) применяется балльно-рейтинговая система. В качестве оценочных средств на протяжении семестра используются:

- общетеоретические вопросы и задания с открытой формой ответа,
- тестирование,
- контрольные работы студентов,
- творческая работа,
- итоговое испытание.

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

КОМПЕТЕНЦИЯ	ЭЛЕМЕНТЫ КОМПЕТЕНТНОСТИ	ЭТАПЫ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ			
		Нулевой уровень освоения	Пороговый уровень освоения	Высокий уровень освоения	
		1 этап.	2 этап.	3 этап.	4 этап.
ПК-5 способностью привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного	знания	Не сформированы знания принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Сформированы фрагментарные знания и представления принципов и технологий реализации современного социального	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в представлениях принципов и технологий реализации современного социального	Сформированы комплексные и систематические представления принципов и технологий реализации современного социального

социального партнерства			партнерства	партнерства	партнерства
	умения	Не сформированы умения привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Сформированы начальные умения привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	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
	навыки	Отсутствуют навыки использования способности привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для	Сформированы простейшие навыки использования способности привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных	Сформированы на базовом уровне навыки использования способности привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и	Сформированы на высоком уровне навыки использования способности привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и

		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	общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства
КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ		от 0 до 34% - недостаточный уровень овладения компетенцией	от 34 до 59 % - начальный уровень овладения компетенцией	от 60 до 79 % - базовый уровень овладения компетенцией	от 80 до 100 % - повышенный уровень овладения компетенцией
СООТВЕТСВИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫСТАВЛЯЕМОЙ ОЦЕНКЕ		незачтено	незачтено	зачтено	зачтено

(ПК-6) способностью 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.

КОМПЕТЕНЦИЯ	ЭЛЕМЕНТЫ КОМПЕТЕНТНОСТИ	ЭТАПЫ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ			
		Нулевой уровень освоения	Пороговый уровень освоения	Высокий уровень освоения	
		1 этап.	2 этап.	3 этап.	4 этап.

ПК-6 способностью 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.	знания	Не сформированы знания основ социального маркетинга и маркетинговых технологий	Сформированы фрагментарные знания и представления основ социального маркетинга и маркетинговых технологий	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в представлениях основ социального маркетинга и маркетинговых технологий	Сформированы комплексные и систематические представления основ социального маркетинга и маркетинговых технологий
	умения	Не сформированы умения привлекать и использовать позитивный имидж социальной работы и социальных работников	Сформированы начальные умения привлекать и формировать позитивный имидж социальной работы и социальных работников	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях привлекать и формировать позитивный имидж социальной работы и социальных работников	Сформированы на высоком уровне умения привлекать и формировать позитивный имидж социальной работы и социальных работников
	навыки	Отсутствуют навыки использования технологий социального маркетинга с целью развития рынка социальных услуг	Сформированы простейшие навыки использования технологий социального маркетинга с целью развития рынка социальных услуг	Сформированы на базовом уровне навыки использования технологий социального маркетинга с целью развития рынка социальных услуг	Сформированы на высоком уровне навыки использования технологий социального маркетинга с целью развития рынка социальных услуг

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	от 0 до 34% - недостаточный уровень овладения компетенцией	от 34 до 59 % - начальный уровень овладения компетенцией	от 60 до 79 % - базовый уровень овладения компетенцией	от 80 до 100 % - повышенный уровень овладения компетенцией
СООТВЕТСВИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫСТАВЛЯЕМОЙ ОЦЕНКЕ	незачтено	незачтено	зачтено	зачтено

(ОПК-1)готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия

КОМПЕТЕНЦИЯ	ЭЛЕМЕНТЫ КОМПЕТЕНТНОСТИ	ЭТАПЫ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ			
		Нулевой уровень освоения	Пороговый уровень освоения	Высокий уровень освоения	
		1 этап.	2 этап.	3 этап.	4 этап.
ОПК-1 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия	знания	Не сформированы знания основ взаимодействия участников профессионального коллектива	Сформированы фрагментарные знания и представления основ взаимодействия участников профессионального коллектива	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в представлениях основ взаимодействия участников профессионального коллектива	Сформированы комплексные и систематические представления основ взаимодействия участников профессионального коллектива

	умения	Не сформированы умения привлекать и использовать знания в профессиональной деятельности, в профессиональной коммуникации и межличностном общении	Сформированы начальные умения привлекать и использовать знания в профессиональной деятельности, в профессиональной коммуникации и межличностном общении	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умениях привлекать и использовать знания в профессиональной деятельности, в профессиональной коммуникации и межличностном общении	Сформированы на высоком уровне умения привлекать и использовать знания в профессиональной деятельности, в профессиональной коммуникации и межличностном общении
	навыки	Отсутствуют навыки использования способности уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям	Сформированы простейшие навыки использования способности уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям	Сформированы на базовом уровне навыки использования способности уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям	Сформированы на высоком уровне навыки использования способности уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям
КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ		от 0 до 34% - недостаточный уровень овладения компетенцией	от 34 до 59 % - начальный уровень овладения	от 60 до 79 % - базовый уровень овладения	от 80 до 100 % - повышенный уровень овладения

		компетенцией	компетенцией	компетенцией
СООТВЕТСВИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫСТАВЛЯЕМОЙ ОЦЕНКЕ	незачтено	незачтено	зачтено	зачтено

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература («О»)

1. Андреев, С.Н. Маркетинг некоммерческих субъектов / С.Н. Андреев; М. : Издательство «Финпресс», 2002. – 320 с.
2. Андреева, О.Д. Технология бизнеса: Маркетинг: Учеб. пособие / О.Д. Андреева; М. : Дело, 2020. – 224 с.
3. Гордон, Я. Маркетинг партнерских отношений / Пер. с англ. под ред. О.А. Третьяк. Серия «Маркетинг для профессионалов» / Я. Гордон; СПб. : Питер, 2018. – 384 с.: ил.
4. Джоббер, Д. Принципы и практика маркетинга. Пер. с англ. : Учебное пособие; / Д. Джоббер; М. : Издательский дом «Вильямс», 2020. – 688 с.: ил.
5. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер ; СПб. : Питер, 2020. – 896 с.

6. Мескон, М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Пер. с англ.- 2-е изд. / М.Х. Мескон М. Альберт, Ф. Хедоури; М. : Дело, 2018. – 800 с.
7. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник. Под. ред. Ю. В. Морозова, В.Т. Гришиной.Изд. 7-е, перераб. и доп. / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Н.П. Козлова и др. М. : Дашков и К, 2019. – 448 с. : ил., табл.
8. Социальный портрет бизнеса. Путеводитель по социальным программам российского бизнеса (Серия путеводителей-справочников «Проверено. Коммерсантъ»)/Издатель проекта П. Шура; The Platzdarm Group, Альпина Бизнес Букс, 2017. – 196 с. 9. Эванс, Дж.Р., Берман, Б. Маркетинг / Пер с англ. / Дж.Р. Эванс, Б. Берман; М. : «Сирин», 2019. – 308 с

б) дополнительная литература («Д»)

1. Алдер, Х. НЛП: современные психотехнологии / Х. Алдер; СПб. : Питер, 2020. – 160 с.
2. Амблер, Т. Практический маркетинг / Пер. с англ. под общей ред. Ю.Н. Каптуревского / Т. Амблер; СПб. : «Питер», 2019. – 400 с.
3. Вайзер Дж., Задек С. Беседы с неверующими в пользу социальных инноваций /Джон Вайзер, Саймон Задек; пер. с англ. – М.: ЗАО “Издательство “Экономика“, 2019. – 341 с.
4. Готвальд, Ф.-Т., Ховальд В. Аюрведа в бизнесе: Система оздоровления личности, рабочего места и предприятия / Пер. с нем. А. Гарькавого / Ф.-Т. Готвальд, В. Ховальд; М. : ФАИР-ПРЕСС, 2020. – 384 с.: ил.
5. Дилтс, Р. Моделирование с помощью НЛП. Серия «Практикум по психотерапии» / Р. Дилтс; СПб. : Питер, 2017. – 288 с.: ил.

6. Джулер, А.Джером; Дрюниани, Бонни Л. Креативные стратегии в рекламе /Пер. с англ. под ред.Ю.Н. Каптуревского / А.Джером Джулер, Бонни Л. Дрюниани; СПб. : Питер, 2020. – 384 с.
7. Друкер, П. Ф. Энциклопедия менеджмента. Пер. с англ. П.Ф. Друкер; М. : Издательский дом «Вильямс», 2016. – 432 с.
8. Котлер, Ф., Леви, С. Расширения концепции маркетинга. / Классика маркетинга. Сборник работ, оказавших наивысшее влияние на маркетинг / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква; СПб., 2018. – 752 с. : ил.
9. Маркетинговые исследования в социальной сфере: Учебник. – М.:ИНФРА-М, 2015. – 272 с.
10. Осентон, Том. Новые технологии в маркетинге: золотой ключик к лояльности потребителей: Пер. с англ. / Т. Осентон; М. : Издательский дом «Вильямс», 2019. – 304 с.: ил.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ АКТЫ

по проблематике курса

1. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. От 02.02.2006) «О некоммерческих организациях».
2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ
3. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 30.12.2006 №276-ФЗ

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

При подготовке к семинарским занятиям и, особенно, при написании контрольных работ возможно получение информации через Интернет.

1. sostav.ru
2. Advertology.ru
3. Indexbrand.ru
4. Asi.org.ru
5. socialinvest.org
6. fundmanager.bip.ru
7. Виртуальный ресурсный центр для НКО: www.trainet.org
8. Фонд социальных инноваций: www.fondsi.ru
9. Центр «Социальное партнерство»: www.spcenter.ru
10. Социальное программирование: <http://necromancers.com/>
11. vbrussian.com
12. www.openworld.gov
13. Виртуальный центр для НКО: www.cip.nsk.su
14. Информационный портал: CRM.cjm.ru; crm-systems.ru

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Info Trac® Business Index: статьи и выдержки из американских деловых журналов и деловых информационных источников.
2. Business Periodicals on Disc: обзоры статей периодических бизнес-изданий.
3. Newspaper Abstracts: реферативные обзоры статей.
4. Business Index (указатель источников деловой информации в Интернете): <http://www.dis.strath.ac.uk>

10.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫМ

Успешное овладение знаниями по этой дисциплине предполагает постоянную и систематическую работу студентов на лекциях и при подготовке заданий согласно плану самостоятельной работы.

Лекция – это систематическое, последовательное изложение учебного материала, какого-либо вопроса, темы, раздела, предмета. Учебная лекция - одна из основных форм учебного процесса и один из основных методов преподавания в вузе.

Систематический курс лекции (в котором последовательно излагается материал по учебной программе) включает: вводные, установочные (в системе заочного и вечернего образования), ординарные, обзорные, заключительные.

Основные требования к лекции: научность, идейность, доступность, единство формы и содержания, эмоциональность изложения, органическая связь с другими видами учебных занятий - семинарами, лабораторными работами, учебной и производственной практикой и др.

Запись **лекции**– одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. Этика,

а в частности этика социальной работы, как наука использует свою терминологию, категориальный, графический аппараты, которыми студент должен научиться пользоваться и применять по ходу записи лекции. Культура записи лекции – один из важнейших факторов успешного и творческого овладения основ знания. Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать соответствующее мышление. Важно иметь в виду, что материал лекции может быть дан под запись (обязательное фиксирование материала), так и в виде устного изложения (монолог, диалог, полилог). Во втором случае, необходимость записи лекции заключается в фиксировании основных, ключевых моментов рассматриваемой темы.

Семинарское занятие один из основных видов учебных практических занятий, состоящий в обсуждении студентами сообщений, докладов, рефератов. Семинарские занятия используются и как самостоятельная форма тематических учебных занятий, не связанных с лекционными курсами.

Существует 3 основных типа семинарских занятий:

- семинарское занятие, способствующее углублённому изучению определённого систематического курса,
- семинарское занятие по изучению отдельных основных или наиболее важных тем курса
- спецсеминар исследовательского характера с не зависимой от лекций тематикой.

В высшей школе семинарское занятие предназначается для углублённого изучения студентами той или иной дисциплины. В процессе семинарских занятий студенты овладевают основной методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки, приобретают навыки проведения научных исследований и их оформления, учатся защищать развиваемые научные положения и выводы.

Семинарское занятие по этой дисциплине – важнейшая форма работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов изучаемой науки, и уметь их применить для аргументированной и доказательной оценки процессов, происходящих в современном обществе. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач и моделей в человеческом обществе. Кроме этого, у студента должны выработаться и сформироваться навыки ораторского искусства и умение вести аргументированную дискуссию и отвечать на вопросы.

Практическое занятие по этой дисциплине – дополнительная форма работы студентов, имеющая творческий характер и направленная на выполнение конкретных практических заданий. На основе подготовки теоретического материала по семинарским занятиям, студентам предлагается выполнить творческое задание (написать эссе, провести исследование, проанализировать первоисточник и др.), которое поможет на практическом примере раскрыть содержание рассматриваемой темы.

Учебным планом для студентов предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельное изучение студентами соответствующих тем необходимо для более глубоко и полного их раскрытия. Самостоятельная работа должна проводиться дополнительно, вне зависимости от лекционных и семинарских занятий. Для этого необходимо выполнить задания для самостоятельных работ, которые даются в соответствующем разделе РПД. Форма контроля самостоятельной работы определяется преподавателем индивидуально или для группы – реферат, доклад, устный опрос и др.

Для проверки знаний применяется тестирование, целью которого является промежуточная аттестация студентов по пройденному материалу. Тест ориентирован на выявление степени усвоения студентами фактического материала.

Для эффективного и полного освоения знаниями по данной дисциплине необходимо большое внимание уделять правильной и полной работе с литературой. В рабочей программе дается необходимый перечень основной и дополнительной литературы. В основную литературу включены источники, содержащие наиболее полный спектр фактического материала по рассматриваемым темам, а также являющиеся наиболее доступными для студентов. Дополнительная литература представляет собой альтернативные источники, а также материалы, раскрывающие отдельные стороны тех или иных вопросов. В целом, студентам необходимо обращаться как к основной так и дополнительной литературе. Для подготовки к семинарским, практическим, самостоятельным занятиям большой выбор представляет глобальная сеть Интернет, содержащая образовательные ресурсы. Основной формой итогового контроля и оценки знаний студентов по этой дисциплине является экзамен.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В учебном процессе по данной дисциплине задействованы аудитории, предназначенные для проведения лекционных и практических (семинарских) занятий, специализированные аудитории, оснащенные мультимедиа оборудованием и компьютерной техникой.

12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Основной базой для проведения занятий являются аудитории факультетов, Интернет-центр БашГУ.Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на лабораторных занятиях), электронная библиотека курса и обучающие программы (тест-программы).