

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

Утверждено:

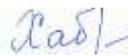
на заседании кафедры социальной работы  
протокол № 2 от «24» сентября 2021 г.

И.о.заведующего кафедрой Абрарова З.Ф.



Согласовано:

Председатель УМК факультета философии и  
социологии

 Хабибуллина З.Н.

**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, канд. филос. наук, доцент	 <u>Абрарова З.Ф.</u>
--	--

Для приема 2021 г.

Составитель / составители: Абрарова З.Ф.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социальной работы, протокол 2 от 24 сентября 2021 г.

И.о. заведующего кафедрой



Абрарова З.Ф.

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми 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, предшествующее, является «Социальный маркетинг».

**3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины и виды учебной работы, 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 способов и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, включая оценивание**

**ПК-5** – способность привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и 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, проблемам, формированию 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 маркетинго- вые 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 на высоком уровне 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 маркетинго- вых 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 и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков обучающихся по результатам реализации программы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующей 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	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 методик их оценивания

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

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

**\* Примечание.**

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

- обнаруживают в авторитетное систематическое знание учебного материала;
- владеют необходимым понятийно-категориальным аппаратом;
- показывают способность к анализу и обоснованию 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, материал 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 отсутствия умений применять теоретические знания при выполнении практических задач.

**Вопросы к занятию**

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 ВР: состояние и тенденции.
7. История возникновения и централизованного обмена товарами.
8. Основные предпосылки и условия развития 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 маркетинговой информации.
7. Системы маркетинговой информации.
8. Системы маркетинговых исследований.
9. Системы 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. Гарантии 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 в социальной сфере.
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 кампании.
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 на социально-значимых продуктов.
45. Методы продвижения социально-значимого продукта.
46. Специфика маркетингового управления.
47. Маркетинговые информационные системы.
48. Сегментирование рынка в социальном маркетинге.
49. Конкуренсы социально-маркетинговых кампаний и брендов.
50. Маркетинг здорового образа жизни.
51. Социальная реклама как технология социального маркетинга.

### **Вопросы к семинарским занятиям и устному контролю по предмету**

1. Понятие маркетингового исследования.
2. История возникновения и развития маркетинговых исследований.
3. Мировой и российский рынки маркетинговых исследований.
4. Классификация основ маркетинга в социальной сфере.
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/ISCC.

## 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 на компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, 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. Марксистовые исследования: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.: Дашков и Ко, 2017. – 294 с. – Доступ возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online». Режим доступа по: <https://bibliobd.ru/index.php?page=bokoted&id=454102&t&lg=1>
2. Судас Л.Г. Марксистовые исследования в социальной сфере: учебник / Л.Г. Судас, М.В. Юрасова. – М.: ИНФРАМ, 2004. – 270 с.

#### Дополнительная литература:

1. Сафронова Н.Б. Марксистовые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 295 с.
2. Коротков А.В. Марксистовые исследования: учебное пособие [Электронный ресурс]. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 304 с. – Доступ возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online». Режим доступа: <http://www.biblibd.ru/book/19143/43/>
3. Каменева Н.Г. Марксистовые исследования: учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, 2006. – 489 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 РГСТАГА. – Режим доступа по: <http://www.rkst.ru>
2. Сайт журнала «Социологические исследования». – Режим доступа по: <http://socioisras.ru>
3. Научная электронная библиотека «E-Library». – Режим доступа по: <http://www.elibrary.ru>
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – Режим доступа по: <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://economics.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://sophisshs.ru>
9. Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». – Режим доступа по: <http://www.consultant.ru>
10. Справочно-правовая система «Гарант». – Режим доступа по: <http://www.garant.ru>

## Перечень программного обеспечения

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLPNPL Academic Edition. Бессрочная. № 1004 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLPNPL 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:

- ЭБСБУниверситетская библиотека онлайн <http://lib.bashedu.ru/ru/>
- ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/com/>
- ЭБС «Электронный читальный зал БашГУ» <https://elib.bashedu.ru/ru/>
- МинисправотвораудисоциальнойзащитыРФ <http://rosmintrud.ru/d.ru> -
- «Пенсионный фонд Российской Федерации» <http://www.pfrf.ru>
- МинисправотвораудисоциальнойзащитынаселенияРФ <http://mintrudfb.ru>
- Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [Электронный ресурс]. - URL: <http://school-collection.edu.ru>
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. - URL: <http://window.edu.ru>
- Издательство «Лань» [Электронный ресурс] электронно-библиотечная нотечная система. - URL: <http://e.lanbook.com/>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс] электронно-библиотечная нотечная система. - URL: <http://biblio-online.ru>
- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] научная электронная библиотека и тек. - 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://sodiblr.ru>
- Журнал СОИИЭТ: Социальные технологии населения <http://sonnet.info/metodichka/programmy-proekty-technologii/gii/>
- Социология: научное информационное пространство в общественных науках - URL: [https://socionet.ru/section.xml?h=books\\_sociologia\\_ia](https://socionet.ru/section.xml?h=books_sociologia_ia)
- 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>
- Социальные Работники и Социальные Педагоги <http://ssopis.ru/>
- Белорусская тематическая база данных социальных работников <http://www.belshbbsi.b>
- Архив видео-материалов журнала посвященный социальной работе - <http://www.socialwork+archive.org/g/>
- Международная площадка для общения социальных работников - работников <https://acronyms.thefreedictionary.com/Social+Work+International+Platform> -
- Электронный журнал "Вестник областного общества" <http://www.a-z.ru/nkoinfo/period/vestnic+blog/> -

— ИНСТИТУТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РАБОТНИКОВ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ - <http://soce-education.ru>

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

— Современное исследование социальных проблем - <https://soc-journal.ru>

— Журнал «Социальная политика и социология» и социология <https://ngsu.net/about/science/publishing/magazine/socialpolicyand-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/n/>

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

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

— Гарант 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))		
<p><b>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> аудитория №419 (помещение, ул. Карла Маркса д. 3, корп. 4)), аудитория №421 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4))</p>	<p>Индивидуальные и групповые консультации</p>	<p><b>Аудитория № 419 компьютерный класс</b> Учебная мебель, шкафы, моноблоки и Моноблок Lenovo ThinkCentre AN1n-0612048MB1B 320GB (15 штук).</p> <p><b>Аудитория № 421 компьютерный класс</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*1883. Компьютер в сборе PowerCool Core i3-8100 (3,5) 5 8 GB (15 штук); LCD Монитор 21,5" (15 штук).</p> <p><b>Программное обеспечение:</b> 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OUPNIA Academic Edition (договор №104 от 17.06.2013 г.) 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OUPNIA Academic Edition (договор №114 от 12.11.2014 г.) 3. Windows 10. Бессрочная лицензия, предусмотренная (договор №004 от 9.03.2019 г.)</p>
<p><b>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> аудитория №419 (помещение, ул. Карла Маркса д. 3, корп. 4)), аудитория №421 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4))</p>	<p>Текущий контроль и промежуточная аттестация</p>	<p><b>Аудитория № 419 компьютерный класс</b> Учебная мебель, шкафы, моноблоки и Моноблок Lenovo ThinkCentre AN1n-0612048MB1B 320GB (15 штук).</p> <p><b>Аудитория № 421 компьютерный класс</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*1883. Компьютер в сборе PowerCool Core i3-8100 (3,5) 5 8 GB (15 штук); LCD Монитор 21,5" (15 штук).</p> <p><b>Программное обеспечение:</b> 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OUPNIA Academic Edition (договор №104 от 17.06.2013 г.) 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OUPNIA Academic Edition (договор №114 от 12.11.2014 г.) 3. Windows 10. Бессрочная лицензия, предусмотренная (договор №004 от 9.03.2019 г.)</p>
<p><b>5. Помещения для самостоятельной работы:</b> читальный зал №55 (помещение, ул. Карла Маркса, 3/4, 3 этаж, каб. 302)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p><b>Читальный зал №55</b> Учебная мебель – 27 посадочных мест; учебно-наглядные пособия; принтер Kyocera MNB0 1 шт. шт., сканер Epson V333 – 1 шт. шт., моноблок Compaq Intel Atom 2000 2 GB, моноблок Qu 502, 21.5", Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт. шт. подставка каво совет. рязан на сканер – 1 шт. шт.</p>
<p><b>6. Помещение для хранения и профилактичес-</b></p>		<p><b>Аудитория № 305</b> Учебная мебель, орг. техника</p>

<b>кого обслуживания учебного оборудования: аудитория № 3055 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</b>		
---	--	--

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

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Маркетинговые исследования в социальной работе» на 4 семестр  
очная

форма обучения

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,  
4 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) конспекти- рование 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) конспекти- рование 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) конспекти- рование 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 методов 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
<b>Всего часов:</b>		<b>6</b>	<b>12</b>	<b>–</b>	<b>49,3</b>			

