


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

Утверждено:  
на заседании кафедры социальной работы  
протокол №11 от «23» июня 2017 г.  
Зав. кафедрой

Согласовано:  
Председатель УМК факультета /института

 /Вильданов У.С.

 /Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Социальный маркетинг**

Вариативная часть

**программа магистратуры**

Направление подготовки  
**39.04.02- Социальная работа**

Направленность подготовки  
**История, методология и теория социальной работы**

Квалификация  
**Магистр**

Разработчик (составитель) Доцент кафедры социальной работы, кандидат философских наук
---

 /Аминев М.М.
---

Для приема 2017

Уфа 2017 г.

Составитель Аминев Мазит Мидхатович, кандидат философских наук.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол от «23» июня 2017 г. № 11

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры Обновлены перечень основной и дополнительной литературы и программное обеспечение, необходимые для освоения компетенций дисциплины. протокол № 11 от «22» июня 2018 г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры Обновлены перечень основной и дополнительной литературы и программное обеспечение, необходимые для освоения компетенций дисциплины. протокол № 11 от «21» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой

 /Вильданов У.С.

### **Список документов и материалов**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
  - 4.1. Перечень индикаторов достижения компетенций с указанием планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Описание показателей и критериев оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), описание шкал оценивания
  - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
  - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
  - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций**

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

Результаты обучения <sup>1</sup>		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	- специфики процесса управления в социальной работе: основные сферы и функции управления в социальной работе - формы и методы эффективной управленческой деятельности - методы прогнозирования, о распределении полномочий, их делегировании; знания об организации групповой 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 - современной практики социального взаимодействия, механизмов социального взаимодействия для расширения социального партнерства - эффективных форм общественно-государственного управления с использованием потенциала бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия - методов и форм реализации системы оценки качества своей деятельности и поиска ее резервов	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)	
	- видов маркетинговых	способностью к	

<sup>1</sup>Должны соответствовать картам компетенций.

	<p>исследований и маркетинговых технологий и особенностей их применения в области социальной работы</p> <p>- современные требования к социальному работнику в сфере реализации маркетинговых технологий</p>	<p>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).</p>	
Умения	<p>- использовать организационно-управленческие методы в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений и нести ответственность за принятые решения</p> <p>- применять технологии управления персоналом</p>	<p>способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-4)</p>	
	<p>продуктивно и качественно уметь анализировать специфику социокультурного пространства, инфраструктуры обеспечения социального благополучия населения, проектировать и осуществлять организацию социального партнерства с разными субъектами в области социальной работы, применять технологии социального партнерства с использованием ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия</p>	<p>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)</p>	

	<p>подготавливать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития направлений социальной работы, а также применять современные инструменты и технологии исследования на практике, в том числе и для поиска и оценки новых</p>	<p>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-б).</p>	
Владения (навыки / опыт деятельности)	<p>- навыками проектировать организационную структуру, коммуникации и выполнять управленческие функции - распределять полномочия, организовать групповую работу - разрабатывать процедуры, методы, стратегии для решения управленческих задач</p>	<p>способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-4)</p>	
	<p>способностью к расширению связей с потенциальными партнерами, включая во взаимодействие с государственными структурами, организациями бизнеса и общественными организациями для решения проблем социального благополучия</p>	<p>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)</p>	

	- методами маркетинговых исследований, реализации маркетинговых технологий, методами составления технических заданий для исследования - навыками планирования маркетингового исследования и технологиями разработки аналитических отчетов	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-б).	
--	--	---	--

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социальный маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

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

## 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 индикаторов достижения компетенций с указанием планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Описание показателей и критериев оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), описание шкал оценивания

**ПК-4** – организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)

	компетенций)				
Первый этап (уровень)	Знать: - специфики процесса управления в социальной работе: основные сферы и функции управления в социальной работе - формы и методы эффективной управленческой деятельности - методы прогнозирования, о распределении полномочий, их делегировании; знания об организации групповой работы	Не сформированы знания о - специфики процесса управления в социальной работе: основные сферы и функции управления в социальной работе - формы и методы эффективной управленческой деятельности - методы прогнозирования, о распределении полномочий, их делегировании; знания об организации групповой работы	Сформированы фрагментарные знания о - специфики процесса управления в социальной работе: основные сферы и функции управления в социальной работе - формы и методы эффективной управленческой деятельности - методы прогнозирования, о распределении полномочий, их делегировании; знания об организации групповой работы	В целом сформированы, но с отдельными пробелами, знания о - специфики процесса управления в социальной работе: основные сферы и функции управления в социальной работе - формы и методы эффективной управленческой деятельности - методы прогнозирования, о распределении полномочий, их делегировании; знания об организации групповой работы	Сформированы комплексные и систематические знания о - специфики процесса управления в социальной работе: основные сферы и функции управления в социальной работе - формы и методы эффективной управленческой деятельности - методы прогнозирования, о распределении полномочий, их делегировании; знания об организации групповой работы
Второй этап (уровень)	Уметь: использовать организационно-управленческие методы в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений и нести ответственность за принятые решения - применять технологии управления персоналом	Не сформированы умения использовать организационно-управленческие методы в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений и нести ответственность за принятые решения - применять технологии управления персоналом	Сформированы на простейшем уровне умения использовать организационно-управленческие методы в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений и нести ответственность за принятые решения - применять технологии управления персоналом	В целом сформированы, но с отдельными недостатками, умения использовать организационно-управленческие методы в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений и нести ответственность за принятые решения - применять технологии управления персоналом	Сформированы на высоком уровне умения использовать организационно-управленческие методы в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений и нести ответственность за принятые решения - применять технологии управления персоналом



	персоналом				
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками - навыками проектировать организацию структуру, коммуникации и выполнять управленческие функции - распределять полномочия, организовать групповую работу - распределять полномочия, организовать групповую работу - разрабатывать процедуры, методы, стратегии для решения управленческих задач	- навыками проектировать организацию структуру, коммуникации и выполнять управленческие функции - распределять полномочия, организовать групповую работу - разрабатывать процедуры, методы, стратегии для решения управленческих задач	Сформированы на простейшем уровне навыки - навыками проектировать организацию структуру, коммуникации и выполнять управленческие функции - распределять полномочия, организовать групповую работу - разрабатывать процедуры, методы, стратегии для решения управленческих задач	Сформированы на базовом уровне навыки - навыками проектировать организацию структуру, коммуникации и выполнять управленческие функции - распределять полномочия, организовать групповую работу - разрабатывать процедуры, методы, стратегии для решения управленческих задач	Сформированы на высоком уровне навыки - навыками проектировать организацию структуру, коммуникации и выполнять управленческие функции - распределять полномочия, организовать групповую работу - разрабатывать процедуры, методы, стратегии для решения управленческих задач

**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	Не сформированы знания о способах привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и	Сформированы фрагментарные знания о способах привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и	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	Сформированы комплексные и систематические знания о способах привлечения и использования ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе

	реализации современного социального партнерства	технологий реализации современного социального партнерства	технологий реализации современного социального партнерства	основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	принципов и технологий реализации современного социального партнерства
Второй этап (уровень)	Уметь: привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	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 на простейшем 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	В целом сформированы, но с отдельными недостатками, 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 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
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	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетво-»)	3 («Удовлетвори-»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)

компетенции	(показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	рительно»)	тельно»)		
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 оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

1-й этап Знания	<ul style="list-style-type: none"> <li>- специфики процесса управления в социальной работе: основные сферы и функции управления в социальной работе</li> <li>- формы и методы эффективной управленческой деятельности</li> <li>- методы прогнозирования, о распределении полномочий, их делегировании; знания об организации групповой работы</li> </ul>	<p>способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых</p>	<p>Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет</p>
--------------------	--	--	--

		организационно-управленческих решений (ПК-4)	
2-й этап Умения	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать организационно-управленческие методы в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений и нести ответственность за принятые решения</li> <li>- применять технологии управления персоналом</li> </ul>	способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-4)	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет
3-й этап Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками проектировать организационную структуру, коммуникации и выполнять управленческие функции</li> <li>- распределять полномочия, организовать групповую работу</li> <li>- разрабатывать процедуры, методы, стратегии для решения управленческих задач</li> </ul>	способностью к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан, прогнозированию результатов принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-4)	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет
1-й этап Знания	<ul style="list-style-type: none"> <li>- принципов и технологий реализации современного социального партнерства</li> <li>- современной практики социального взаимодействия, механизмов социального взаимодействия для расширения социального партнерства</li> <li>- эффективных форм общественно-государственного управления с использованием потенциала бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия</li> <li>- методов и форм реализации системы оценки качества своей деятельности и поиска ее резервов</li> </ul>	способностью привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет

		партнерства (ПК-5)	
2-й этап Умения	продуктивно и качественно уметь анализировать специфику социокультурного пространства, инфраструктуры обеспечения социального благополучия населения, проектировать и осуществлять организацию социального партнерства с разными субъектами в области социальной работы, применять технологии социального партнерства с использованием ресурсов государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия	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)	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет
3-й этап Владеть навыками	способностью к расширению связей с потенциальными партнерами, включая во взаимодействие с государственными структурами, организациями бизнеса и общественными организациями для решения проблем социального благополучия	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)	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет
1-й этап Знания	- видов маркетинговых исследований и маркетинговых технологий и особенностей их применения в области социальной работы - современные требования к социальному работнику в сфере реализации маркетинговых технологий	способностью к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет

		услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов (ПК-6).	
2-й этап Умения	подготавливать аналитические отчеты о состоянии и динамике развития направлений социальной работы, а также применять современные инструменты и технологии исследования на практике, в том числе и для поиска и оценки новых	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).	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет
3-й этап Владеть навыками	- методами маркетинговых исследований, реализации маркетинговых технологий, методами составления технических заданий для исследования - навыками планирования маркетингового исследования и технологиями разработки аналитических отчетов	способностью к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования	Устный опрос (выступление на семинарском занятии), устный контрольный опрос, доклад, реферат, зачет

		позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов (ПК-6).	
--	--	--	--

### 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"> <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	– уровень, прочность и систематичность	«зачтено»

	<p>полученных знаний и умений</p> <ul style="list-style-type: none"> <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>	«незачтено»
--	---	-------------

Оценка «зачтено» 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.
- 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.
- 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 «незачтено» 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 РФ: 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**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения 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](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, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

#### **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. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 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/](http://son-net.info/metodichka/programmy-proekty-texnologii/)
- Соционет: научное информационное пространство по общественным наукам -  
URL: [https://socionet.ru/section.xml?h=book\\_sociologia](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+Internætiona+Platform> -
- Электронный журнал "Вестник благотворительности" - [http://www.a-  
z.ru/nkoinfo/period/vestnic\\_blag/](http://www.a-z.ru/nkoinfo/period/vestnic_blag/) -
- ИНСТИТУТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ РАБОТНИКОВ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ - <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**

<b>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</b>	<b>Вид занятий</b>	<b>Наименование оборудования, программного обеспечения</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<p><b>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> Аудитория № 408 (ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4) Аудитория № 409(ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4)</p>	Лекции	<p><b>Аудитория № 408</b> Учебная мебель, доска</p> <p><b>Аудитория № 409</b> Учебная мебель, доска</p>
<p><b>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> Аудитория № 408(ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4) Аудитория №409(ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4).</p>	Семинарские занятия	<p><b>Аудитория № 408</b> Учебная мебель, доска</p> <p><b>Аудитория № 409</b> Учебная мебель, доска</p>
<p><b>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> Аудитория № 419 (ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4) Аудитория № 421 (ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4).</p>	Индивидуальные и групповые консультации	<p><b>Аудитория № 419.Лаборатория ИТ.</b> Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB, (15 штук).</p> <p>Программноеобеспечение:</p> <p>1. Windows 8 Russian. WindowsProfessional 8 RussianUpgrade. OLPNLAcademicEdition. Лицензиябессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 114 от 12.11.2014 г.</p> <p>3. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор № 004 от 19.03.2019 г.</p> <p><b>Аудитория № 421.</b> Лаборатория ИТ. Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Компьютер в сборе PowerCool Core i3-8100 (3.5), 8 GB (15 штук); LCD Монитор 21,5`` (15 штук).</p>

		<p>Программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.</li> <li>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 114 от 12.11.2014 г.</li> <li>3. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор № 004 от 19.03.2019 г.</li> </ol>
<p><b>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> Аудитория № 419 (ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4). Аудитория № 421 (ул. Карла Маркса, д.3, корп. 4).</p>	<p>Индивидуальные и групповые консультации, промежуточная аттестация</p>	<p><b>Аудитория № 419.</b> Лаборатория ИТ. Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB, (15 штук). Программное обеспечение:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. № 104 от 17.06.2013 г.</li> <li>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. № 114 от 12.11.2014 г.</li> <li>3. Windows 10. Предустановленная. Бессрочная. № 004 от 19.03.2019 г.</li> </ol> <b>Аудитория № 421.</b> Лаборатория ИТ. Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Компьютер в сборе PowerCool Core i3-8100 (3.5), 8 GB (15 штук); LCD Монитор 21,5`` (15 штук). Программное обеспечение:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.</li> <li>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 114 от 12.11.2014 г.</li> <li>3. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор № 004 от 19.03.2019 г.</li> </ol> </p>
<p><b>5. Помещения для самостоятельной работы:</b> Абонемент № 5 (помещение, ул. Карла Маркса 3/4, 3 этаж, каб. 302).</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p><b>Читальный зал № 5</b> 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.</p>
<p><b>6. Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного</b></p>	<p>Хранение и профилактика обслуживания учебного</p>	<p><b>Аудитория № 305</b> Учебная мебель, орг. техника, (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>

<b>оборудования</b>	оборудования	
---------------------	--------------	--

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

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Социальный маркетинг» на 4 семестр

очная

форма обучения

Рабочую программу осуществляют:

Лекции: доцент, к. филос. н. Аминев М.М..

Практические занятия: доцент, к. филос. н. Аминев М.М.

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	12,2
лекций	6
практических/ семинарских	10
лабораторных	–
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	55,8
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	–	15	Основная: №№ 1–2  Дополнительная: №№ 1–3	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	–	15	Основная: №№ 1–2  Дополнительная: №№ 1–3	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	–	15	Основная: №№ 1–2  Дополнительная: №№ 1–3	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	–	15	Основная: №№ 1–2 Дополнительная: №№ 1–3	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	–	15	Основная: №№ 1–2 Дополнительная: №№ 1–3	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	–	14,8	Основная: №№ 1–2 Дополнительная: №№ 1–3	1) чтение и анализ текстов по теме; 2) конспектирование основной и дополнительной литературы	Устный контрольный опрос

