

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ
НАСЕЛЕНИЯ**

Направление подготовки 39.03.02 Социальная работа

Направленность *Организация и администрирование в сфере социальной
защиты населения*

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

**Кострома
2019**

Программа дисциплины «Маркетинговые технологии в сфере социальной защиты населения» разработана в соответствии с

- в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа», утвержденным приказом Минобрнауки РФ № 76 от 05.02.2018 г.;

- учебным планом направления подготовки 39.03.02 *Социальная работа*, направленность *Организация и администрирование в сфере социальной защиты населения*, год начала подготовки 2021.

Разработал: Е.Е. Смирнова, кандидат педагогических наук, доцент

подпись

Рецензент: Е.В. Журина, Директор Департамента по труду и социальной защите населения
Администрации Костромской области

УТВЕРЖДЕНО:

Заведующий кафедрой социальной работы:

Веричева О.Н., к.п.н.

Протокол заседания кафедры №10 от 27 мая 2019г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры социальной работы:

Протокол заседания кафедры № 9 от апреля 2021г.

Заведующий кафедрой социальной работы:

Веричева О.Н., к.п.н.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры социальной работы:

Протокол заседания кафедры № 7 от 21 марта 2022г.

Заведующий кафедрой социальной работы Веричева О. Н., к. п. н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: овладение теоретическими и практическими навыками в области маркетинговых исследований и маркетинговой деятельности в сфере социальной защиты населения

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о сущности маркетинговой деятельности;
- усвоение теоретических основ и специфики проведения маркетинговых исследований;
- изучение принципов, функций и концепций маркетинга;
- изучение особенностей маркетинга в сфере социальной защиты населения

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

основные понятия социального маркетинга, принципы социальной ответственности и компетентности, технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере факторы маркетинговой среды и их классификацию; состав и содержание комплекса социального маркетинга; методы, алгоритмы и инструменты маркетинга социальной сферы

уметь:

применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов и использовать полученные знания в управлении маркетингом в сфере социальной защиты населения

формировать коммуникативную политику организаций социальной сферы анализировать внутреннюю и внешнюю среду данных организаций

владеть:

навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач

методикой проведения маркетингового исследования и формирования комплекса маркетинга в сфере социальной защиты населения;

самостоятельной разработки маркетингового плана в сфере социальной защиты населения;

перспективными маркетинговыми социальными стратегиями и технологиями в сфере социальной защиты населения.

освоить компетенции:

ПК-5 Способен к планированию, контролю и организации работы с персоналом, реализующим деятельность по социальной защите граждан

Код и наименование индикаторов компетенции:

ИПК-5.1. Применяет методы планирования в сфере социальной работы

ИПК-5.2. Применяет методы контроля и организации работы с персоналом, реализующим деятельность по социальной защите граждан

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина изучается в рамках Блока 1 Дисциплины (модули), часть, формируемая участниками образовательных отношений, дисциплины по выбору в 7 (очная форма обучения), 7 (очно-заочная форма обучения) 8, 9 семестрах обучения (заочная форма обучения).

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах:

«Социальное обеспечение», формирующая представление об особенностях различных групп получателей социальных услуг и принципах осуществления их социального обслуживания.

«Проектирование, прогнозирование и моделирование в социальной работе», ориентирующая обучающихся в вопросах проектной деятельности в сфере социальной работы.

Учебная ознакомительная практика, формирующая умение осуществлять проектную деятельность, моделировать и анализировать ее результаты.

«Правовое обеспечение социальной работы», дающая информацию о нормативно-правовых основах всех видов деятельности в системе социальной защиты населения.

«Организация, управление и администрирование в социальной работе», ориентирующая обучающегося в основных направлениях работы с персоналом социального учреждения, направлениями и технологиями совершенствования его работы

Кроме того, в результате освоения предшествующих дисциплин (модулей), обучающиеся должны уметь:

- анализировать и сопоставлять различные теоретические взгляды;
- логично думать и выстраивать программу устного высказывания;
- отстаивать личностную позицию;
- использовать навыки публичной речи, корректно вести дискуссию;
- адекватно использовать информационно-коммуникационные технологии.

Обучающиеся к моменту изучения дисциплины должны быть готовы к:
получению, хранению и переработке информации;
работе с компьютером;

- продуктивному взаимодействию с преподавателем и студенческой группой;
- проявлению креативности в процессе учебных занятий;
- толерантному восприятию социальных и культурных различий;
- бережному и уважительному отношению к историческому наследию.

Изучение дисциплины «Маркетинговые технологии в сфере социальной защиты населения» является основой для освоения последующих дисциплин/практик: прохождения производственной и преддипломной практики как формирующая готовность к самостоятельному анализу, рефлексии собственной профессиональной деятельности и поиску решения возникающих в ходе нее проблем, выполнения обучающимися выпускной квалификационной работы как предшествующее, поскольку опыт решения конкретных проблемных ситуаций будет способствовать снижению неуверенности и повышению профессиональной и научно-исследовательской компетентности магистранта.

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

2021 год набора

Виды учебной работы,	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3	-	3
Общая трудоемкость в часах	108	-	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:			
Лекции	16	-	6
Практические занятия	16	-	6
Лабораторные занятия	-	-	-
Самостоятельная работа в часах	76	-	92
Форма промежуточной аттестации	зачет	-	зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

2021 год набора

Виды учебных занятий	Очная форма	Очно-заочная	Заочная
Лекции	16	-	6
Практические занятия	16	-	6
Лабораторные занятия	-	-	-
Консультации	0,8	-	0,3
Зачет/зачеты	0,25	-	0,25
Экзамен/экзамены	-	-	-
Курсовые работы	-	-	-
Курсовые проекты	-	-	-
Всего	33,05	-	12,55

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

2021 год набора

очная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы	22	4	4	-	14
2.	Организационно-правовые основы осуществления маркетинга в социальной работе	16	2	2	-	12
3.	Особенности маркетинговой среды социальных служб	16	2	2	-	12
4.	Комплекс маркетинга в социальной работе	22	4	4	-	14
5.	Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций	23	4	4	-	15
	зачет	9				9
	Итого:	3/108	16	16	-	76

заочная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы	20	1	1	-	18
2.	Организационно-правовые основы осуществления маркетинга в социальной работе	16	1	1	-	14
3.	Особенности маркетинговой среды социальных служб	16	1	1	-	14
4.	Комплекс маркетинга в социальной работе	24	2	2	-	20
5.	Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций	19	1	1	-	17
	зачет	9				9
	Итого:	3/108	6	6	-	92

5.2. Содержание:

Тема 1. Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы

Предпосылки формирования концепции маркетингового обеспечения в социальной работе. Сущность концепции некоммерческого маркетинга. Определение и сущность социального эффекта. Понятие и классификация социальных служб. Классификация некоммерческого маркетинга

Тема 2. Организационно-правовые основы осуществления маркетинга в социальной работе

Понятие некоммерческой организации. Организационно-правовые формы субъектов социальной работы и их основные характеристики. Специфика отношений собственности в социальной работе. Тенденции развития социальной сферы в России и за рубежом.

Тема 3. Особенности маркетинговой среды социальных служб

Внутренняя среда маркетинга социальных учреждений и ее элементы. Факторы внешней макро- и микросреды социальных учреждений. Влияние маркетинговой среды на реализацию концепции маркетингового управления в социальной работе.

Тема 4. Комплекс маркетинга в социальной работе

Характеристика элементов комплекса некоммерческого маркетинга. Понятие рынка социальных услуг. Разработка социальных услуг, их ассортимента, ценообразование. Каналы распределения социальных услуг. Основные средства стимулирования продвижения и реализации социальных услуг. Процесс реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций в социальной работе.

Тема 5. Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций

Понятие, сущность и функции социальной рекламы. Основные виды социальной рекламы и участники процесса ее создания. Роль и место социальной рекламы в системе

общественных коммуникаций. Специфика развития социальной рекламы в России. Сравнительная характеристика российского и зарубежного опыта социальной рекламы. Эффективность рекламной кампании и способы ее оценки

5.3 Практическая подготовка

Код, направление, направленность	Наименование дисциплины	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки					
		Семестр	Всего	Лекции	Практ.	Лаб. раб.	С.р.
39.03.02 Социальная работа Организация и администрирование в сфере социальной защиты населения	<i>Маркетинговые технологии в сфере социальной защиты населения</i>	очная форма обучения					
		7	4	-	4	-	-
		заочная форма обучения					
		8	2	-	2	-	-

очная форма обучения

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки			
			Лекции	Практ.	Лаб. раб.	С.р.
ПК-5 Способен к планированию, контролю и организации работы персоналом, реализующим деятельность по социальной защите граждан	ИПК-5.1. Применяет методы планирования в сфере социальной работы	<i>Разработка проекта «идеального» офиса социального учреждения</i>	-	4	-	-

заочная форма обучения

Код компетенции	Индикатор компетенции	Содержание задания на практическую подготовку по выбранному виду деятельности	Количество часов дисциплины, реализуемые в форме практической подготовки			
			Лекции	Практ.	Лаб. раб.	С.р.
ПК-5 Способен к планированию, контролю и организации работы персоналом, реализующим деятельность по социальной защите граждан	ИПК-5.1. Применяет методы планирования в сфере социальной работы	<i>Разработка оригинального макета информационного стенда для социального учреждения</i>	-	2	-	-

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

2021 год набора

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы			Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
			Очная форма	Очно-заочная	Заочная форма		
1.	Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы	1. Составьте словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы 2. Приведите 2-3 примера проявления социального эффекта в сфере социальной работы.	14	-	18	По данной теме в словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы рекомендуется включить следующие понятия: Некоммерческая сфера Некоммерческий субъект Маркетинг некоммерческих субъектов Некоммерческий маркетинг Некоммерческий продукт Некоммерческий обмен Маркетинг организаций Общественный маркетинг Для выполнения задания по определению социального эффекта необходимо изучить следующие материалы: Показатели для измерения социальных результатов в сфере детства: российский и международный опыт [Электр. ресурс]: методическое издание. – М., 2015. – Режим доступа: http://socialvalue.ru/wp-content/uploads/2016/05/pokazateli_detstvo_2015.pdf Единая классификация результатов деятельности некоммерческих организаций: международный опыт [Электр. ресурс] – Режим доступа: http://socialvalue.ru/?p=439	Словарь Конспект
2.	Организационно-правовые основы осуществления маркетинга в социальной работе	1. Составьте словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы 2. Напишите эссе на тему: «Роль маркетинга в повышении результативности деятельности учреждений системы социальной работы»	12	-	14	По данной теме в словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы рекомендуется включить следующие понятия: Некоммерческая организация Учреждение Фонд Благотворительный фонд Фонд частный	Словарь Эссе

						<p>Фонд государственный Фонд общественный Автономная некоммерческая организация Общественная организация</p> <p>Написание эссе — это вид внеаудиторной самостоятельной работы студентов по написанию сочинения небольшого объема и свободной композиции на частную тему, трактуемую субъективно и обычно неполно. Студент должен раскрыть не только суть проблемы, привести различные точки зрения, но и выразить собственные взгляды на нее. Этот вид работы требует от студента умения четко выражать мысли как в письменной форме, так и посредством логических рассуждений, ясно излагать свою точку зрения.</p> <p>Эссе, как правило, имеет задание, посвященное решению одной из проблем, касающейся области учебных или научных интересов дисциплины, общее проблемное поле, на основании чего студент сам формулирует тему. При раскрытии темы он должен проявить оригинальность подхода к решению проблемы, реалистичность, полезность и значимость предложенных идей, яркость, образность, художественную оригинальность изложения.</p>	
3.	Особенности маркетинговой среды социальных служб	<p>1. Составьте словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы</p> <p>2. Составьте схему маркетинговой среды для учреждения системы социальной работы (по выбору), и охарактеризуйте ее элементы.</p>	12	14	14	<p>По данной теме в словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы рекомендуется включить следующие понятия:</p> <p>Маркетинговая среда Внутренняя среда маркетинга Факторы внешней среды Контактные аудитории</p> <p>Составление графологической структуры – продуктивный вид самостоятельной работы студента по систематизации информации в рамках логической схемы с наглядным графическим ее изображением. Графологическая структура как способ систематизации информации ярко и наглядно представляет ее содержание. Работа по созданию даже самых простых логических структур способствует развитию у студентов приемов системного анализа, выделения общих элементов и фиксирования дополнительных, умения абстрагироваться от них в нужной ситуации. В отличие от</p>	Словарь Схема

						других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).	
4.	Комплекс маркетинга социальной работе в	1. Составьте словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы 2. Опишите комплекс некоммерческого маркетинга «7Р» для учреждения системы социальной работы (на выбор)	14	-	20	По данной теме в словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы рекомендуется включить следующие понятия: Комплекс некоммерческого маркетинга Материальная среда организации Рынок некоммерческих продуктов Цена некоммерческого продукта Маркетинг событий	Словарь Конспект
5.	Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций	1. Составьте словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы 2. Создайте пример социальной рекламы (рисунок, плакат, ролик) и подумайте, где она могла бы быть размещена в вашем городе (2-3 локации). Обоснуйте свое мнение.	15	-	17	По данной теме в словарь по маркетинговому обеспечению социальной работы рекомендуется включить следующие понятия: Социальная реклама Некоммерческая реклама Общественная реклама Государственная реклама Публичная политика Для разработки социальной рекламы рекомендуется ознакомиться с ее примерами. Выбор содержания рекламы должен быть также обоснован.	Словарь Проект
			9	-	9		зачет

6.2. Тематика и задания для практических занятий

Тема 1. Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность и цели маркетинговой деятельности в социальной работе
2. Значение социального эффекта в маркетинговой деятельности, способы его оценки
3. Классификация субъектов социальной работы
4. Виды маркетинговых стратегий в социальной работе

Тема 2. Организационно-правовые основы осуществления маркетинга в социальной работе

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие некоммерческой организации.
2. Организационно-правовые формы субъектов социальной работы и их основные характеристики.
3. Специфика отношений собственности в социальной работе.
4. Тенденции развития социальной сферы в России и за рубежом.

Тема 3. Особенности маркетинговой среды социальных служб

Вопросы для обсуждения:

1. Внутренняя среда маркетинга социальных учреждений и ее элементы.
2. Факторы внешней макро- и микросреды социальных учреждений.
3. Влияние маркетинговой среды на реализацию концепции маркетингового управления в социальной работе.

Тема 4. Комплекс маркетинга в социальной работе

Вопросы для обсуждения:

1. Характеристика элементов комплекса некоммерческого маркетинга.
2. Понятие рынка социальных услуг.
3. Разработка социальных услуг, их ассортимента, ценообразование.
4. Каналы распределения социальных услуг.
5. Основные средства стимулирования продвижения и реализации социальных услуг.
6. Процесс реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций в социальной работе.

Тема 5. Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие, сущность и функции социальной рекламы.
2. Основные виды социальной рекламы и участники процесса ее создания.
3. Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций.
4. Специфика развития социальной рекламы в России.
5. Сравнительная характеристика российского и зарубежного опыта социальной рекламы.
6. Эффективность рекламной кампании и способы ее оценки

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Лабораторные работы не предусмотрены РУП.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Выполнение курсовых работ не предусмотрено РУП.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная:

1. Управление в социальной работе [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / под ред. Е.И. Холостовой, О.Г. Прохоровой, Е.И. Комарова. – М. : Дашков и Ко, 2014. – 300 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135062>

2. Трапезникова И.С. Администрирование в социальной работе [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.С. Трапезникова. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 63 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429712>

3. Социальная работа [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Ф. Басов, В.М. Басова, С.В. Бойцова и др. ; под ред. Н.Ф. Басова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2015. – 352 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253961>

4. Комаров Е.И. Управление эффективностью социальных учреждений [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Е.И. Комаров, Н.Н. Стрельникова, И.В. Малофеев. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 302 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453435>

б) дополнительная:

5. Дубенский, Ю.П. Управление социальной работой: курс лекций [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю.П. Дубенский, Е.И. Сергиенко. – Омск : ОмГУ, 2015. – 354 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/69784>

6. Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016. – 92 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622>

7. Инновационные методы практики социальной работы [Электронный ресурс]: учебное пособие для магистров / Г.Х. Мусина-Мазнова, И.А. Потапова, О.М. Коробкова и др. – М. : Дашков и К°, 2015. – 316 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221301>

8. Комаров, Е.И. Методологический инструментарий современного социального управления: Учебно-практическое пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие. – Электрон. дан. – М. : Дашков и К, 2016. – 316 с. – URL : <https://e.lanbook.com/book/93347>

9. Малофеев, И.В. Социальные услуги в системе социального обслуживания населения [Электронный ресурс] : учеб. пособие. – М. : Дашков и К, 2016. – 176 с. – URL : <https://e.lanbook.com/book/93283>

10. Организация, управление и администрирование в социальной работе [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Отв. ред. П.В. Палехова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 128 с. – URL : <http://znanium.com/bookread2.php?book=254681>

11. Снисаренко, С.О. Организация, управление и администрирование в социальной работе [Электронный ресурс] : учеб. пособие. – С.-Пб. : ИЭО СПбУТУиЭ, 2011. – 138 с. – URL : <https://e.lanbook.com/book/63968>

12. Холостова, Е.И. Управление в социальной работе: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] : учеб. / Е.И. Холостова, О.Г. Прохорова, Е.И. Комарова. – М. : Дашков и К, 2016. – 300 с. – URL : <https://e.lanbook.com/book/93350>

13. Экономика и управление социальной сферой [Электронный ресурс] :учебник / Е.Н. Жильцов, Т.В. Науменко, Е.В. Егоров и др. ; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра экономики социальной сферы ; под ред. Е.Н. Жильцова и др. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. – 496 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375813>

14. Атрушкевич Е.Б. Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учебное пособие / ВШТЭ СПбГУПТД. – СПб., 2017. – 50 с. – URL: http://www.nizrp.narod.ru/metod/kafmarkilog/prakt_po_mark.pdf

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Официальный сайт Союза социальных педагогов и социальных работников. – URL: <http://ssopir.ru/>

Единое окно доступа к образовательным ресурсам. – URL: <http://window.edu.ru/window/library>

Информационно-аналитический портал. – URL: <http://www.socpolitika.ru>

Социальная работа. Социальным работникам о социальной работе. – URL: <http://www.soc-work.ru/>

Социальная работа: независимый информационно-образовательный сервер социальной работы и общественных наук. – URL: <http://home.novoch.ru>

Официальный сайт Департамента по труду и социальной защите населения Костромской области. – URL: <http://socdep.adm44.ru/index.aspx>

Социальные результаты и показатели: интернет-платформа оценки. – Режим доступа: <http://socialvalue.ru/>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для освоения дисциплины необходимы учебные аудитории, оснащенные учебной мебелью и доской (меловой, флипчатом), комплект мультимедиа-оборудования, видео-техника. компьютерный класс для электронного тестирования. Программное обеспечение: GNU LGPL v3+, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом.