

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 39.03.01 « Социология» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Социология управления

Форма обучения: Очно-заочная

1. Наименование дисциплины - «маркетинг в социальной сфере»

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

Цель освоения дисциплины:

Ознакомление бакалавров с особенностями организации работы маркетинговых служб в социальной сфере, а также формирование у студентов теоретических знаний и практических умений в маркетинге социальной сферы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

- способностью к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОПК-2)
- способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы с беспристрастностью и научной объективностью (ОПК-3)
- способностью использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач (ОПК-4)
- Способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб (ПК-5)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

| Наименование компетенции | Планируемые результаты обучения |
|--|--|
| способностью к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОПК-2) | Знать: <ul style="list-style-type: none">• Основные принципы критического восприятия окружающего мира• Методы анализа и сбора данных об обществе• Уметь: <ul style="list-style-type: none">• Ставить перед собой задачи и формулировать цели, а также способы их достижения |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Критически анализировать события и явления происходящие в обществе <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Навыками анализа общественных проблем • Методами сбора и анализа данных обществе |
| <p>способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы с беспристрастностью и научной объективностью (ОПК-3)</p> | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основные процессы происходящие в обществе • Основные законы определяющие развитие общества <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Применить знания о законах развития общества к исследованию социально-политических процессов • Описывать процессы и явления происходящие в обществе и делать из них выводы <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методами анализа причинно-следственных связей социально-политических процессов и явлений |
| <p>способностью использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач (ОПК-4)</p> | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные положение и методы социальных и гуманитарных наук <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать процессы и проблемы общества • Определять какие проблемы социально-значимые и находить методы их решения <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методами и инструментами изучения социально-значимых проблем общества |

| | |
|---|---|
| <p>Способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб (ПК-5)</p> | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основные процессы происходящие в сфере маркетинга • Основные законы маркетинга и методы работы маркетинговых служб <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Применить знания о законах маркетинга • Описывать и исследовать процессы и явления происходящие в сфере маркетинга <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методами осуществления проектной деятельности • Методами организации работы маркетинговых служб |
|---|---|

Указание места дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.03 «маркетинг в социальной сфере» относится к Вариативной части блока 1 основных дисциплин и изучается во 8 семестре 4 курса.

Освоению дисциплины «маркетинг в социальной сфере» предшествует изучение таких дисциплин как «Теория управления», «Социология управления» и «Общая Социология».

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет - 3 з.е. (108 академических часа).

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

| № п/п | Темы (разделы) дисциплины |
|----------|---|
| 1 | Сущность и особенности маркетинга в социальной сфере |
| 2 | Маркетинговые исследования, сегментирование и позиционирование в социальной сфере |
| 3 | Комплекс маркетинга и его особенности в социальной сфере |
| 4 | Маркетинг партнёрских отношений |
| 5 | Маркетинг образовательных услуг |
| 6 | Маркетинг территорий |
| 7 | Экологический маркетинг |
| 8 | Управление маркетингом в социальной сфере |
| | Форма промежуточной аттестации: экзамен |