Аннотация к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Социальное проектирование в системе управления

Форма бучения: очная

1. Наименование дисциплины - «Маркетинг в социальной сфере»

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

Цель и задачи дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в социальной сфере» является изучение концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства.

Достижение данных целей предполагает решение следующих задач:

– ознакомление студентов с особенностями социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах;

– формирование навыков социальной компетентности в принятии решений;

– освоение инновационных маркетинговых технологий в социальной сфере.

Направлена на углубление знаний и навыков применения современных технологий развития организации в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей предприятия (организации), определенных профессиональным стандартом 38.03.04 Государственное и муниципальное управление), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 10 декабря 2014 г. N 1567.

Дисциплина «Маркетинг в социальной сфере» относится к вариативной части учебного плана. Обеспечивает формирование профессиональных компетенций на основе и в органической взаимосвязи с компетенциями социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно - деятельностного характера как профессионального, так и гуманитарного, социального и экономического циклов.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9);
- способность разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические

условия и последствия реализации государственных (и муниципальных) программ (ПК-12);

- способность использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Наименование компетенции	**Планируемые результаты обучения**
способность осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9)	**Знать:** структуру межличностных, групповых и организационных коммуникаций **Уметь:** осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации; **Владеть:** навыком осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации
способность разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (и муниципальных) программ (ПК-12)	**Знать:** способы разработки социально-экономических проектов (программы развития), способы оценивания экономических, социальных и политических условий и последствий реализации государственных и муниципальных программ **Уметь:** разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные и политические условия и последствия реализации государственных и муниципальных программ. **Владеть:** навыками разработки социально-экономических проектов (программы развития), приемы оценивания экономических, социальных и политических условий и последствий реализации государственных и муниципальных программ
способность использовать современные методы управления проектом, направленные на	**Знать:** современные методы управления проектом; методы

своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий (ПК-13)	своевременного получения качественных результатов; методы определения рисков; основные технологии управления ресурсами; способы реализации проекта с использованием инновационных технологий. **Уметь:** обосновывать методы в управлении проектами; пользоваться инновационными технологиями, определять методы для своевременного получения качественных результатов; определять риски, эффективно управлять ресурсами **Владеть:** способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, навыками определения рисков, методами эффективного управления ресурсами, навыком реализации проекта с использованием современных инновационных технологий.

3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки **38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»,** входит в вариативную часть учебного плана.

Учебная дисциплина «Маркетинг в социальной сфере» содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Предшествуют освоению студентами данной дисциплины такие учебные дисциплины, как «Психология», «Социология», «Методы принятия управленческих решений», «Управление общественными отношениями» и другие.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при

изучении таких дисциплин как «Деловые коммуникации», «Социальное планирование и проектирование», «Методы принятия управленческих решений», «Стратегический менеджмент в системе государственного и муниципального управления», «Инновационный менеджмент в системе государственного и муниципального управления» и др.

Дисциплина изучается на 3-м курсе в 5-м семестре и завершается экзаменом.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономически часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

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

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Тема (разделы) дисциплины
1.	Сущность и значение маркетинга в современных условиях
2.	Социальный маркетинг: понятие и содержание
3.	Особенности маркетинга социальной сферы
4.	Маркетинговая информация
5.	Технология маркетинговых исследований в социальной сфере
6.	Формирование концепции маркетинга в социальной сфере
7.	Маркетинговые стратегии социальных служб
8.	Маркетинг образовательных услуг
9.	Маркетинг в сфере здравоохранения
10	Особенности маркетинга в сфере культуры
	Форма промежуточной аттестации: экзамен