

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра социальной работы и социальной антропологии

“УТВЕРЖДАЮ”
ДИРЕКТОР ИСТР
д.соц.н. Осьмук Л. А.
“ ____ ” _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы

Образовательная программа: 39.04.02 Социальная работа, магистерская программа: Социальная работа в сфере семьи и детства

Курс: 2, семестр : 3

Институт социальных технологий и реабилитации

		Семестр
№	Вид деятельности	3
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	2
2	Всего часов	72
3	Всего занятий в контактной форме, час.	63
4	Лекции, час.	18
5	Практические занятия, час.	36
6	Лабораторные занятия, час.	0
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	16
8	Аттестация, час.	2
9	Консультации, час.	7
10	Самостоятельная работа, час.	9
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)	контр.
12	Вид аттестации	ДЗ

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 39.04.02 Социальная работа

ФГОС введен в действие приказом №369 от 08.04.2015 г. , дата утверждения: 30.04.2015 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, базовая

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 39.04.02 Социальная работа

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

СРСА, протокол заседания кафедры №_____ от 20.06.2017

Утверждена на совете института социальных технологий и реабилитации, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.соц.н Лапин Д. В.

Заведующий кафедрой:

профессор, д.соц.н. Осьмук Л. А.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Осьмук Л. А.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ПК.10 способность к экспертно-аналитической деятельности в области социального проектирования; в части следующих результатов обучения:	
з1. знать теоретические основы экспертно-аналитической деятельности в области социального проектирования	
Компетенция ФГОС: ПК.3 способность проводить анализ научно-исследовательских работ в социальной сфере и использовать их результаты в практической деятельности; в части следующих результатов обучения:	
у1. уметь использовать результаты анализа научно-исследовательских работ в социальной сфере в практической деятельности	
Компетенция НГТУ: ПК.15.В/ОУ способность привлекать внимание к социальным проблемам, формированию позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов; в части следующих результатов обучения:	
з1. знать теоретические основы PR-технологий и рекламной деятельности	
з2. знать маркетинговые теории и технологии с целью исследования и развития рынка социальных услуг и привлечения внимания к социальным проблемам	
у1. уметь использовать маркетинговые теории и технологии для проведения исследований и развития рынка социальных услуг	
у2. уметь использовать PR-технологии и рекламу для формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	
Компетенция НГТУ: ПК.17.В/СП способность к проектной деятельности в области социальной работы; в части следующих результатов обучения:	
з2. знать основы социального проектирования и программирования при решении профессиональных задач	

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы	
ПК.3.у1 уметь использовать результаты анализа научно-исследовательских работ в социальной сфере в практической деятельности	
1.на практике в социальной сфере города Новосибирска использовать итоги изучения научных работ в теории социального маркетинга	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.10.з1 знать теоретические основы экспертно-аналитической деятельности в области социального проектирования	
2.основы методологии социального маркетинга	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.15.В/ОУ.з1 знать теоретические основы PR-технологий и рекламной деятельности	
3.базовые технологии сопровождения компании в рамках связей с общественностью	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.15.В/ОУ.з2 знать маркетинговые теории и технологии с целью исследования и развития рынка социальных услуг и привлечения внимания к социальным проблемам	
4.рынок социальных услуг для развития маркетинговых теорий	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.15.В/ОУ.у1 уметь использовать маркетинговые теории и технологии для проведения исследований и развития рынка социальных услуг	
5.на практике использовать маркетинговые технологии для проведения и развития социальной сферы	Лекции; Практические занятия
ПК.15.В/ОУ.у2 уметь использовать PR-технологии и рекламу для формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	

6.внедрять технологии по связям с общественностью в социальной сфере	Практические занятия
ПК.17.В/СП.32 знать основы социального проектирования и программирования при решении профессиональных задач	
7.базовые технологии социального проектирования в различных общественных сферах	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 3				
Дидактическая единица: Особенности социального маркетинга				
1. Социальная сфера как объект маркетинга и деловой партнер бизнеса. Характеристика рынков и маркетинга в социальной сфере	2	2	1, 5, 7	Обсуждение вопросов
2. Выбор соответствующих целевых аудиторий	2	6	1, 2, 3, 4, 7	Обсуждение вопросов
3. Дополнительные исследования по целевым аудиториям	2	4	1, 2, 3, 4, 7	Обсуждение вопросов
6. Разработка скоординированного всеобъемлющего плана маркетинга	2	2	1, 5	Обсуждение вопросов
7. Планирование предполагаемого изменение поведения	2	2	1, 2, 3, 4, 5	Обсуждение вопросов
Дидактическая единица: Технологии в социальном маркетинге				
1. Социальная сфера как объект маркетинга и деловой партнер бизнеса. Характеристика рынков и маркетинга в социальной сфере	2	2	2, 4	Обсуждение вопросов

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 3				
Дидактическая единица: Технологии в социальном маркетинге				
5. Контроль и усвоение желаемой модели поведения	4	36	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Обсуждение вопросов

Таблица 3.3

Темы для самостоятельного изучения	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 3				
Дидактическая единица: Технологии в социальном маркетинге				
4. Оценка эффективности программы социального маркетинга	0	0	1, 2, 3, 4, 7	Обсуждение вопросов

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 3				
1	Контрольные работы	1	3	2
: Серебрянникова О. А. Некоммерческие организации и их миссия в современном обществе [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / О. А. Серебрянникова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215054 . - Загл. с экрана.				
2	Подготовка к занятиям	2, 3	5	2
, подробная информация приведена в приложениях №1 №2 : Серебрянникова О. А. Некоммерческие организации и их миссия в современном обществе [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / О. А. Серебрянникова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215054 . - Загл. с экрана.				
3	Подготовка к аттестации	2, 3	1	3
, подробная информация приведена в приложении №3 : Серебрянникова О. А. Некоммерческие организации и их миссия в современном обществе [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / О. А. Серебрянникова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215054 . - Загл. с экрана.				
4	Самостоятельное изучение теоретического материала	1, 2, 3, 4, 7	0	0
Студент изучает темы, приведенные в таблице 3.3 , подробная информация приведена в приложении №3 : Серебрянникова О. А. Некоммерческие организации и их миссия в современном обществе [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / О. А. Серебрянникова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215054 . - Загл. с экрана.				

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail:e-mail:stwork@ngs.ru
Консультирование	e-mail:e-mail:stwork@ngs.ru

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
Семестр: 3		
Подготовка к занятиям:	0	
Практические занятия:	0	

Контрольные работы:	0	80
Зачет:	10	20

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля	
		Контр. раб.	Зачет
ПК.10	з1. знать теоретические основы экспертно-аналитической деятельности в области социального проектирования		+
ПК.3	у1. уметь использовать результаты анализа научно-исследовательских работ в социальной сфере в практической деятельности		+
	ПК.15.В/ОУ з1. знать теоретические основы PR-технологий и рекламной деятельности	+	+
	ПК.15.В/ОУ з2. знать маркетинговые теории и технологии с целью исследования и развития рынка социальных услуг и привлечения внимания к социальным проблемам		+
	ПК.15.В/ОУ у1. уметь использовать маркетинговые теории и технологии для проведения исследований и развития рынка социальных услуг		+
	ПК.15.В/ОУ у2. уметь использовать PR-технологии и рекламу для формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов		+
	ПК.17.В/СП з2. знать основы социального проектирования и программирования при решении профессиональных задач		+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / [Э. М. Коротков и др.] ; под ред. Э. М. Короткова ; Гос. ун-т упр. - Москва, 2014. - 445 с. : ил., табл. - Кн. доступна в ЭБС "Юрайт" biblio-online.ru.
2. Бабун Р. В. Самая близкая к народу власть (о местном самоуправлении для всех) : пособие для населения и некоммерческих организаций / Р. В. Бабун, Н. В. Мальковец. - Новосибирск, 2009. - 110 с. : ил., табл.
3. Экономика общественного сектора : учебник / [В. Д. Андрианов и др.] ; Ин-т экономики РАН, Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова ; под ред.: П. В. Савченко, И. А. Погосова, Е. Н. Жильцова. - М., 2010. - 762, [1] с. : табл. - Авт. указаны на 8-й с..

Интернет-ресурсы

1. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
2. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
3. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
4. ЭБС "Znanium.com" : <http://znanium.com/>
5. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Серебрянникова О. А. Некоммерческие организации и их миссия в современном обществе [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / О. А. Серебрянникова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215054. - Загл. с экрана.

8.2 Специализированное программное обеспечение

1 Microsoft Windows

2 Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение

Лабораторный стенд

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Для демонстрации презентаций и видеоконтента
2	Ноутбук в комплекте	Для демонстрации презентаций и видеоконтента

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра социальной работы и социальной антропологии

“УТВЕРЖДАЮ”
ДИРЕКТОР ИСТР
д.соц.н., профессор Л.А. Осьмук
“ ” _____ Г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы
Образовательная программа: 39.04.02 Социальная работа, магистерская программа:
Социальная работа в сфере семьи и детства

1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ПК.10/СП способность к экспертно-аналитической деятельности в области социального проектирования	з1. знать теоретические основы экспертно-аналитической деятельности в области социального проектирования	Позиционирование некоммерческих продуктов Презентация программ продвижения некоммерческого продукта	Контрольные работы	Зачет
ПК.15.В/ОУ способность привлекать внимание к социальным проблемам, формированию позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	з1. знать теоретические основы PR-технологий и рекламной деятельности	Социальный маркетинг и система общественных потребностей Этапы социального маркетинга	Контрольные работы	Зачет
ПК.15.В/ОУ	з2. знать маркетинговые теории и технологии с целью исследования и развития рынка социальных услуг и привлечения внимания к социальным проблемам	Социальные основы маркетинга. Этический маркетинг. Маркетинг и экология. Маркетинг и защита прав потребителя.	Контрольные работы	Зачет
ПК.15.В/ОУ	у1. уметь использовать маркетинговые теории и технологии для проведения исследований и развития рынка социальных услуг	Тенденции международного товарообмена и инвестирования. Система международной торговли. Экономическая и политико-правовая среда. Методы выхода на внешний рынок. Структура комплекса международного маркетинга.	Контрольные работы	Зачет
ПК.15.В/ОУ	у2. уметь использовать PR-технологии и рекламу для формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее	Презентация программ продвижения некоммерческого продукта	Контрольные работы	Зачет, вопросы...

	специалистов			
ПК.17.В/СП способность к проектной деятельности в области социальной работы	32. знать основы социального проектирования и программирования при решении профессиональных задач	Маркетинг как философия бизнеса, как рыночная концепция управления. Функции маркетинга, типы и виды маркетинга. Среда маркетинга.	Контрольные работы	Зачет, вопросы...
ПК.3/НИ способность проводить анализ научно-исследовательских работ в социальной сфере и использовать их результаты в практической деятельности	у1. уметь использовать результаты анализа научно-исследовательских работ в социальной сфере в практической деятельности	Сегментация рынка: понятие, признаки. Выбор целевого сегмента, критерии оценки сегмента. Понятие позиционирования, карты позиционирования.	Контрольные работы	Зачет, вопросы...

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 3 семестре - в форме дифференцированного зачета, который направлен на оценку сформированности компетенций ПК.10/СП, ПК.15.В/ОУ, ПК.17.В/СП, ПК.3/НИ.

Зачет проводится в устной (письменной) форме, по билетам (тестам).

Зачет проводится в форме письменного тестирования, варианты теста составляются из вопросов, приведенных в паспорте зачета, позволяющих оценить показатели сформированности соответствующих компетенций

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

В 3 семестре обязательным этапом текущей аттестации является контрольная работа. Требования к выполнению контрольной работы, состав и правила оценки сформулированы в паспорте контрольной работы.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ПК.10/СП, ПК.15.В/ОУ, ПК.17.В/СП, ПК.3/НИ, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера,

необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра социальной работы и социальной антропологии

Паспорт зачета

по дисциплине «Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы», 3 семестр

1. Методика оценки

Зачет проводится в устной (письменной) форме, по билетам (тестам). Билет формируется по следующему правилу: первый вопрос выбирается из диапазона вопросов __1__, второй вопрос из диапазона вопросов __2__ (список вопросов приведен ниже). В ходе экзамена преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4).

Форма билета для зачета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ИСТР

Билет № _____

к зачету по дисциплине «Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы»

1. Разработка фирменного стиля.
2. Ярмарочная и выставочная деятельность.

Утверждаю: зав. кафедрой _____ должность, ФИО
(подпись) (дата)

2. Критерии оценки

- Ответ на билет (тест) для зачета считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки, оценка составляет __30__ баллов.
- Ответ на билет (тест) для зачета засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает непринципиальные

ошибки, например, вычислительные,
оценка составляет 50 баллов.

- Ответ на билет (тест) для зачета билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок при решении задачи, оценка составляет 70 баллов.
- Ответ на билет (тест) для зачета билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок и способен обосновать выбор метода решения задачи, оценка составляет 90 баллов.

3. Шкала оценки

Зачет считается сданным, если сумма баллов по всем заданиям билета оставляет не менее баллов (из возможных).

В общей оценке по дисциплине баллы за зачет учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Вопросы к зачету по дисциплине «Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы»

1. Сущность маркетинга.
2. Маркетинг образования.
3. Маркетинговые исследования.
4. Понятие среды образования.
5. Внешняя среда.
6. Анализ среды окружения (мезосреды) образования.
7. Анализ внутренней среды образования.
8. Сущность маркетинговых коммуникаций.
9. Функции, задачи и требования к рекламе.
10. Стимулирование маркетинговых коммуникаций.

.

Паспорт контрольной работы

по дисциплине «Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы», 3 семестр

1. Методика оценки

В данном разделе разработчик определяет структуру и содержание контрольной работы, этапы выполнения, правила оформления. В паспорте также может быть дан пример оформления.

Контрольная работа проводится по теме (темам) Сущность маркетинга.

Маркетинг образования. Маркетинговые исследования. Понятие среды образования .Внешняя среда. Анализ среды окружения (мезосреды) образования .Анализ внутренней среды образования. Сущность маркетинговых коммуникаций. Функции, задачи и требования к рекламе. Стимулирование продаж услуг. -, включает 10 заданий. Выполняется устно (письменно) и т.д.

2. Критерии оценки

Каждое задание контрольной работы оценивается в соответствии с приведенными ниже критериями.

Контрольная работа считается **невыполненной**, если _____. Оценка составляет **30** баллов.

Работа выполнена на **пороговом** уровне, если _____. Оценка составляет **50** баллов.

Работа выполнена на **базовом** уровне, если _____. Оценка составляет **70** баллов.

Работа считается выполненной **на продвинутом** уровне, если _____. Оценка составляет **90** баллов.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине баллы за контрольную работу учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Пример варианта контрольной работы

1. Маркетинг и общество
2. Организация маркетинговых исследований.
3. Сущность и классификация услуг.
4. Понятие конкурентоспособности услуги.
5. Маркетинг в сфере образовательных услуг.
6. Маркетинговая среда: внешняя среда.
7. Концепция социально- этичного маркетинга.
8. Маркетинговые коммуникации
9. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности.
10. Стимулирование продаж услуг.
11. Ярмарочная и выставочная деятельность.
12. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей.

13. Процесс принятия решения потребителем образовательной услуги.
14. Сегментирование рынка.
15. Выбор целевых сегментов рынка образовательных услуг.
16. Особенности маркетинга в сфере услуг.
17. Сущность международного маркетинга.
18. Некоммерческий маркетинг.
19. Маркетинг отдельных лиц: знаменитостей и политиков.
20. Стратегическое управление маркетингом.
21. Управление маркетинговой деятельностью: бизнес-план.
22. Конкуренция и основные направления конкурентной среды.