

39.04.02 Социальная работа, профиль Социальная работа в сфере семьи и детства	
Социальный маркетинг в профессиональном образовании и практике социальной работы	
Курс/семестр	Магистратура, 2/3
Основная цель	Изучение основ <i>социального маркетинга и формирование практических умений применения методов маркетинговых исследований в профессиональном образовании и практике социальной работы.</i>
Содержание	Основы социального маркетинга. Маркетинговые исследования в социальной сфере.
Предварительные требования	Для успешного усвоения дисциплины студенту необходимо знать основы экономики, правоведения, социологии.
Структура курса	Лекции – 12 часов, практики – 26 часов, контрольная работа, самостоятельная работа – 27 часов. Всего 72 часа (45 часов контактных)
Оценивание, итоговый контроль – зачет	Балльно-рейтинговая система: - 0–24 неудовлетворительно без возможности пересдачи; - 25–49 неудовлетворительно с возможностью пересдачи; - 50–72 удовлетворительно; - 73–86 хорошо; - 87–100 отлично. 80% – текущая работа, 20% – зачет
Особенности организации учебного процесса и учебные материалы	Для проведения занятий по дисциплине применяются следующие образовательные технологии: дискуссия, метод проектов