

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

«УТВЕРЖДАЮ»:
Руководитель ООП
Добросмылова С.Н.

» мая 2020г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Маркетинговые технологии в социальной сфере

Направление подготовки

39.03.03 Организация работы с молодежью

Направленность (профиль)

Социальные технологии в организации работы с молодежью

БАКЛАВРИАТ

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель:

Добросмылова С.Н.

Тверь, 2020

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины являются изучение концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства.

Задачи:

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;

изучить инструментарий исследования в сфере социального маркетинга;

выявить специфику взаимодействия между государством, обществом и некоммерческими структурами;

дать представление об основных методах влияния на целевые аудитории в сфере социального маркетинга;

познакомить с существующими проблемами в развитии социального маркетинга в России и мире.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина "Маркетинговые технологии в социальной сфере" входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, изучается на 4 курсе.

Дисциплина содержательно связана с другими частями программы, а именно с такими дисциплинами, как: Социальные технологии , Организация прикладного социального исследования , Введение в методологию научного исследования , Государственная молодежная политика , Фандрайзинг ,

Логика, Профессионально-этические основы работы с молодежью ,
Инновационные инициативы в молодежной среде и др.

3. Объем дисциплины: 3 зачетных единиц, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции – 17 часов, практические занятия 34 часов,

самостоятельная работа: 57 часов, контроль 0 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4 При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения
ПК-4 Способен к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг молодежи, привлечения внимания к социальным	ПК-4.1 Применяет маркетинговые технологии с целью формирования спроса и обеспечения адекватного предложения социальных услуг ПК-4.2 Проводит работы по продвижению и популяризации позитивного опыта

<p>проблемам молодежи, формирования позитивного имиджа работы с молодежью и реализующих ее специалистов -</p>	<p>реализации социальных услуг в сфере молодежной политики ПК-4.3 Проводит маркетинговые исследования с целью формирования и развития рынка социальных услуг молодежи, привлечения внимания к социальным проблемам молодежи</p>
---	---

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения зачет в 7 семестре.

6. Язык преподавания русский.