

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
профессионального образования  
«Ставропольский государственный медицинский университет»  
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Кафедра дефектологии, русского языка и социальной работы

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Наименование дисциплины	<b>Социальная реклама и социальный маркетинг</b>
Направление подготовки	39.03.02 Социальная работа
Профиль	Социальная работа с лицами с ограниченными возможностями здоровья
Форма обучения	очная
Год начала подготовки	2021

Всего ЗЕТ	- 3
Всего часов	- 108
Из них	
Контактная работа по видам занятий	- 52
лекции	- 16
практические занятия	- 32
контроль самостоятельной работы	- 4
Самостоятельная работа	- 56
Промежуточная аттестация:	
Зачет	7 семестр

г. Ставрополь, 2021 г.

### 1. Цели освоения дисциплины

**Цель освоения дисциплины** – изучение основ, технологий и принципов маркетинговой деятельности, формирование знаний о социальном маркетинге, а также формирование компетенций в области целостного, системного представления о деятельности социальной рекламы.

Программа разработана в соответствии ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа (уровень бакалавриата) утвержденного Приказом Минобрнауки России от 05 февраля 2018 года № 76

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части ОПОП, её изучение осуществляется в 7 семестре.

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами образовательной программы

Результаты освоения дисциплины сформулированы в соответствии с профессиональными стандартами:

– «Специалист по социальной работе», утверждённый Приказом Минтруда России от 18 июня 2020 г. №351 (ТФ В/04.6)

Коды и содержание индикаторов компетенции	Планируемые результаты обучения (дескрипторы)		
	Знать	Уметь	Владеть навыками
<b>ОПК-1 Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности в сфере социальной работы</b>			
И <sub>ОПК</sub> 1.1 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для сбора, хранения, обработки и предоставления информации при решении профессиональных задач в сфере социальной работы	Как использовать средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы;	Использовать средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы;	Использования средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы;
	Способы проведения работы по продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью	Проводить работу по продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с	Применения технологий для продвижения и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой

		общественностью	информации и взаимодействия с общественностью
<b>ПК-5 Способен к деятельности по прогнозированию и проектированию реализации социального обслуживания граждан, развитию и повышению эффективности социального обслуживания</b>			
ИПК 5.2. Обеспечивает привлечение ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Способы организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Организовать мероприятия по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан
ИПК 5.3. Осуществляет деятельность по привлечению внимания общества к актуальным социальным проблемам, продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания	Способы разработки предложений по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания, повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях	Разработать предложения по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях	Разработки предложений по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях

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

Наименование разделов дисциплины	Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем в часах, в том числе					Самостоятельная работа, в том числе консультации, контроль самостоятельной работы, ак. час		
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Клинические практические занятия	Контроль самостоятельной работы	Групповые консультации	Самостоятельная работа, в том числе индивидуальные консультации
Раздел 1. Теоретические основы организации маркетинговой деятельности в социальной сфере	10	20				2		30
Раздел 2. Теоретико-методологические основы социальной рекламы	6	12				2		26
Промежуточная аттестация: зачёт								
<b>Итого по дисциплине:</b>	<b>16</b>	<b>32</b>				<b>4</b>		<b>56</b>
<b>Часов 180</b>	<b>Зач. ед. 3</b>							
Объём профессиональной практической подготовки (ПП)	8 час /16,66 %					2 час /3,6%		
Объём профессионально направленной подготовки (ПНП)	26 час /54,1%					16 час / 28,57%		

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

Код компетенции	Наименование разделов	Краткое содержание разделов и тем
И <sub>ОПК</sub> 1.1 И <sub>ПК</sub> 5.2. И <sub>ПК</sub> 5.3.	Раздел 1. Теоретические основы организации маркетинговой деятельности в социальной сфере	Сущность, основные понятия и принципы маркетинга. Виды и функции маркетинга. Социальная сфера как объект маркетинга. Понятие маркетинга социальной сферы. Цели и критерии маркетинга социальной сферы. Процесс маркетинга социальной сферы. Разработка комплекса маркетинга социальной сферы. Система маркетинговой информации. Направления маркетинговых исследований. Схема маркетингового исследования. Основные требования к информации, размещающейся на официальном сайте учреждения социального обслуживания. Информационная открытость поставщиков социальных услуг. Макро- и микросреда и ее влияние на маркетинг социальных услуг. Конкуренция в некоммерческом. Сегментирование рынка социальных услуг. Понятие целевой группы маркетингового рынка. Методы определения целевого рынка. Структура целевого рынка.
И <sub>ОПК</sub> 1.1 И <sub>ПК</sub> 5.2. И <sub>ПК</sub> 5.3.	Раздел 2. Теоретико-методологические основы социальной рекламы	Методология социальной рекламы. Правовые основы регулирования рекламной деятельности в России. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы. Лингвистические и коммуникативные факторы воздействия социальной рекламы. Основные принципы и особенности социальной рекламы в области безопасности движения, решения экологических и дорожно-транспортных проблем. Социальная реклама в области профилактики употребления наркотиков и ПАВ., табакокурения и алкоголизма. Социальная реклама по пропаганде профилактических мероприятий. Социальная реклама по пропаганде занятий физической культурой и спортом. Опыт социальной рекламы в области законопослушания, прав и свобод гражданина. Опыт социальной рекламы в области профилактики семейного насилия. Опыт социальной рекламы в области толерантного отношения к инвалидам. Опыт социальной рекламы в области пропаганды семейных ценностей.

## 5.2. Лекции

№ Раздела	Наименование лекций	Кол-во часов	Перечень учебных вопросов	Форма проведения	Практическая подготовка (ПП/ПНП)
Раздел 1	Введение в маркетинг	2	1. Сущность, основные понятия и принципы маркетинга. 2. Виды и функции маркетинга. 3. Социальная сфера как объект маркетинга.	ОФО	
	Стратегии и концепции социального маркетинга	2	1. Понятие маркетинга социальной сферы 2. Цели и критерии маркетинга социальной сферы 3. Процесс маркетинга социальной сферы 4. Разработка комплекса маркетинга социальной сферы	ОФО	
	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация	2	1. Система маркетинговой информации. 2. Направления маркетинговых исследований. 3. схема маркетингового исследования.	ОФО	ПП
	Основные требования к информационной открытости учреждений социального обслуживания	2	1. Основные требования к информации, размещающейся на официальном сайте учреждения социального обслуживания 2. Информационная открытость поставщиков социальных услуг	ОФО	ПНП
	Маркетинг социальных услуг	2	1. Макро- и микросреда и ее влияние на маркетинг социальных услуг. 2. Конкуренция в некоммерческом 3. Сегментирование рынка социальных услуг. 4. Понятие целевой группы маркетингового рынка. 5. Методы определения целевого рынка. 6. Структура целевого рынка.	ОФО	ПНП
Раздел 2	Основные принципы и подходы к разработке социальной рекламы	2	1. Методология социальной рекламы. 2. Правовые основы регулирования рекламной деятельности в России. 3. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы. 4. Лингвистические и коммуникативные факторы воздействия социальной	ОФО	ПНП

			рекламы.		
	Опыт социальной рекламы в области безопасности жизнедеятельности в городе, профилактике вредных привычек и пропаганде здорового образа жизни	2	1. Основные принципы и особенности социальной рекламы в области безопасности движения, решения экологических и дорожно-транспортных проблем 2. Социальная реклама в области профилактики употребления наркотиков и ПАВ., табакокурения и алкоголизма. 3. Социальная реклама по пропаганде профилактических мероприятий. 4. Социальная реклама по пропаганде занятий физической культурой и спортом.	ОФО	ПНП
	Технологии разработки социальной рекламы в области реализации социальной политики государства	2	1. Опыт социальной рекламы в области законопослушания, прав и свобод гражданина. 2. Опыт социальной рекламы в области профилактики семейного насилия. 3. Опыт социальной рекламы в области толерантного отношения к инвалидам. 4. Опыт социальной рекламы в области пропаганды семейных ценностей.	ОФО	ПП
	<b>Всего часов</b>	<b>16</b>			<b>12</b>

### 5.3. Семинары

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

### 5.4. Лабораторные занятия

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

### 5.5. Практические занятия

№ Раздела	Наименование лекций	Кол-во часов	Перечень учебных вопросов	Форма проведения	Практическая подготовка (ПП/ПНП)
Раздел 1	Введение в маркетинг	2	1. Сущность, основные понятия и принципы маркетинга. 2. Эволюция развития маркетинга. 3. Виды маркетинга.	ОФО	
	Функции маркетинга, спрос и сферы применения маркетинга	2	1. Основные функции маркетинга 2. Состояние спроса и виды маркетинга. 3. Сферы применения	ОФО	

			маркетинга.		
Маркетинг социальной сферы	2	1. Понятие маркетинга социальной сферы. 2. Цели и критерии маркетинга социальной сферы	ОФО		
Стратегии и концепции социального маркетинга	2	1. Процесс маркетинга социальной сферы 2. Разработка комплекса маркетинга социальной сферы	ОФО		
Маркетинговые исследования и маркетинговая информация	2	1. Система маркетинговой информации. 2. Направления маркетинговых исследований.	ОФО		
Маркетинговые исследования: виды, анализ и схема маркетингового исследования	2	1. Виды маркетинговых исследований. 2. Система анализа маркетинговой информации. 3. Схема маркетингового исследования.	ОФО	ПП	
Основные требования к информационной открытости учреждений социального обслуживания	2	1. Основные требования к информации, размещающейся на официальном сайте учреждения социального обслуживания. 2. Информационная открытость поставщиков социальных услуг.	ОФО	ПП	
Разработка мероприятий по совершенствованию деятельности информационной открытости учреждений	2	1. Совершенствование деятельности по информационной открытости учреждений социального обслуживания населения. 2. Информационная открытость и доступность как направление социального маркетинга	ОФО	ПП	
Маркетинг социальных услуг	2	1. Макро- и микросреда и ее влияние на маркетинг социальных услуг. 2. Конкуренция в некоммерческом 3. Сегментирование рынка социальных услуг.	ОФО	ПП	
Целевая группа маркетинга социальных услуг	2	1. Понятие целевой группы маркетингового рынка. 2. Методы определения целевого рынка. 3. Структура целевого рынка.	ОФО	ПП	
Основные принципы и подходы к разработке социальной рекламы	2	1. Методология социальной рекламы. 2. Правовые основы регулирования рекламной деятельности в России.	ОФО	ПП	
Факторы воздействия	2	1. Психологические аспекты	ОФО	ПП	

	социальной рекламы		воздействия социальной рекламы. 2. Лингвистические и коммуникативные факторы воздействия социальной рекламы.		
	Опыт социальной рекламы в области безопасности жизнедеятельности в городе	2	1. Основные принципы и особенности социальной рекламы в области безопасности движения, решения экологических и дорожно-транспортных проблем 2. Социальная реклама в области профилактики употребления наркотиков и ПАВ., табакокурения и алкоголизма.	ОФО	ПНП
	Опыт социальной рекламы в области профилактике вредных привычек и пропаганде здорового образа жизни	2	1. Социальная реклама по пропаганде профилактических мероприятий. 2. Социальная реклама по пропаганде занятий физической культурой и спортом.	ОФО	ПНП
	Технологии разработки социальной рекламы в области законопослушания, прав и свобод гражданина	2	1. Опыт социальной рекламы в области законопослушания, прав и свобод гражданина. 2. Опыт социальной рекламы в области профилактики семейного насилия.	ОФО	ПНП
	Технологии разработки социальной рекламы в области реализации социальной политики государства	2	1. Опыт социальной рекламы в области толерантного отношения к инвалидам. 2. Опыт социальной рекламы в области пропаганды семейных ценностей.	ОФО	ПП
	<b>Всего часов</b>	<b>32</b>			<b>22</b>

### 5.6. Клинические практические занятия

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

### 5.7. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся/контроль самостоятельной работы	Оценочное средство	Кол-во часов/ кол-во час на ПНП/ПП	Код индикатора компетенции
Раздел 1.	Самостоятельное изучение литературы (ПНП)	Вопросы для собеседования	16/8	И <sub>ОПК</sub> 1.1 И <sub>ПК</sub> 5.2 И <sub>ПК</sub> 5.3
	Выполнение индивидуальных заданий (ПП)	Индивидуальное задание	14/2	
Раздел 2.	Самостоятельное изучение	Вопросы для	14/4	И <sub>ОПК</sub> 1.1

	литературы (ПНП)	собеседования		ИПК 5.2 ИПК 5.3
	Самостоятельная подготовка к тестированию и решению ситуационных задач (ПНП)	Тестовые задания и задачи	12/4	
<b>Всего часов</b>			<b>56/18</b>	

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Лекционный материал по дисциплине «Социальная реклама и социальный маркетинг».
2. Методические рекомендации к практическим занятиям по дисциплине «Социальная реклама и социальный маркетинг».
3. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплине «Социальная реклама и социальный маркетинг».

## 7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Индикаторы	Семестр	Этап формирования
ПК-5	ИПК 5.2	7	завершающий
	ИПК 5.3	7	завершающий
ОПК-1	ИОПК 1.1	7	завершающий

### 7.2 Описание показателей и критериев и шкал оценивания компетенций

#### ОПК-1 Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности в сфере социальной работы

ИОПК 1.1 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для сбора, хранения, обработки и предоставления информации при решении профессиональных задач в сфере социальной работы

	Оцениваемый результат (показатель)	Критерии оценивания	Процедура оценивания	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<b>Знает</b>	Как использовать средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Описывает средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Тестирование Собеседование	Согласно БРС

	Способы проведения работы по продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью	Описывает способы проведения работы по продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью	Тестирование Собеседование	Согласно БРС
Умеет	Использовать средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Использует средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Тестирование Собеседование	Согласно БРС
	Проводить работу по продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью	Проводит работу по продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью	Тестирование Собеседование	Согласно БРС
Владеет навыком	Использования средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Использует средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	Тестирование Собеседование	Согласно БРС
	Применения технологий для продвижения и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью	Применяет технологии для продвижения и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью	Тестирование Собеседование	Согласно БРС

**ПК-5 Способен к деятельности по прогнозированию и проектированию реализации социального обслуживания граждан, развитию и повышению эффективности социального обслуживания**

ИПК 5.2. Обеспечивает привлечение ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан

Оцениваемый результат (показатель)		Критерии оценивания	Процедура оценивания	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<b>Знает</b>	Способы организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Описывает способы организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Тестирование Собеседование	Согласно БРС
<b>Умеет</b>	Организовать мероприятия по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Определяет способы организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Тестирование Собеседование	Согласно БРС
<b>Владеет навыком</b>	Организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Демонстрирует навык организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	Тестирование Собеседование	Согласно БРС

И<sub>ПК</sub> 5.3. Осуществляет деятельность по привлечению внимания общества к актуальным социальным проблемам, продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания

Оцениваемый результат (показатель)		Критерии оценивания	Процедура оценивания	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<b>Знает</b>	Способы разработки предложений по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания, повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях	Описывает способы разработки предложений по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания, повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях	Тестирование Собеседование	Согласно БРС
	Разработать предложения по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях	Разрабатывает предложения по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях	Тестирование Собеседование	Согласно БРС
	Разработки предложений по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях	Демонстрирует навык разработки предложений по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях	Тестирование Собеседование	Согласно БРС

#### Описание шкал оценивания

Текущий контроль успеваемости студентов осуществляется в ходе практических занятий по всем видам учебной работы. Результаты текущего контроля знаний фиксируются преподавателем в журнале учета успеваемости и посещения занятий, где отражаются оценки, которые обучающийся получил за каждое оценочное мероприятие текущего контроля знаний и сведения о пропусках занятий. Максимально возможный балл за текущий контроль устанавливается равным 5 баллов. Рейтинговый балл, выставляемый студенту, фиксируется в специальной ведомости и доводится до сведения студентов.

Итоговый балл за работу в семестре формируется как среднее арифметическое за все виды работ обучающихся, предусмотренных рабочей программой дисциплины – результат выставляется в зачетную ведомость и зачетную книжку.

**Шкала пересчета баллов по дисциплине при промежуточной форме аттестации по дисциплине: зачет**

<i>Балл</i>	<i>Оценка</i>	<i>Уровень сформированности компетенции</i>
от 4,5 до 5,0	«зачтено»	Высокий
от 3,5 до 4,4	«зачтено»	Средний
от 2,5 до 3,4	«зачтено»	Пороговый
менее 2,5	«не зачтено»	Минимальный

### **7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **Перечень практических навыков для текущего контроля по дисциплине:**

1. Описывает способы проведения работы по продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью;

2. Использует средства массовой информации, сайтов, социальных сетей для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы;

3. Проводит работу по продвижению и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью;

4. Разрабатывает предложения по рационализации и модернизации технологий социального обслуживания повышению их эффективности на индивидуальном, групповом и средовом уровнях;

5. Применяет технологии для продвижения и популяризации позитивного опыта организации социального обслуживания и социальной поддержки населения путем подготовки материалов для средств массовой информации и взаимодействия с общественностью;

#### **Вопросы для проверки уровня теоретической подготовки обучающегося в ходе текущего контроля:**

1. Сущность, основные понятия и принципы маркетинга.
2. Виды и функции маркетинга.
3. Социальная сфера как объект маркетинга.
4. Понятие маркетинга социальной сферы.
5. Цели и критерии маркетинга социальной сферы.
6. Процесс маркетинга социальной сферы.
7. Разработка комплекса маркетинга социальной сферы.
8. Система маркетинговой информации.
9. Направления маркетинговых исследований.
10. Схема маркетингового исследования.
11. Основные требования к информации, размещающейся на официальном сайте учреждения социального обслуживания.
12. Информационная открытость поставщиков социальных услуг.
13. Макро- и микросреда и ее влияние на маркетинг социальных услуг.
14. Конкуренция в некоммерческом.
15. Сегментирование рынка социальных услуг.
16. Понятие целевой группы маркетингового рынка.

17. Методы определения целевого рынка.
18. Структура целевого рынка.
19. Методология социальной рекламы.
20. Правовые основы регулирования рекламной деятельности в России.
21. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы.
22. Лингвистические и коммуникативные факторы воздействия социальной рекламы.
23. Основные принципы и особенности социальной рекламы в области безопасности движения, решения экологических и дорожно-транспортных проблем.
24. Социальная реклама в области профилактики употребления наркотиков и ПАВ., табакокурения и алкоголизма.
25. Социальная реклама по пропаганде профилактических мероприятий.
26. Социальная реклама по пропаганде занятий физической культурой и спортом.
27. Опыт социальной рекламы в области законопослушания, прав и свобод гражданина.
28. Опыт социальной рекламы в области профилактики семейного насилия.
29. Опыт социальной рекламы в области толерантного отношения к инвалидам.
30. Опыт социальной рекламы в области пропаганды семейных ценностей.

**7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

Зачет выставляется по результатам работы в семестре, при сдаче всех оценочных мероприятий, предусмотренных текущим контролем успеваемости. Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Оценивание сформированности компетенции осуществляется на практических занятиях в ходе текущего контроля. При оценивании результатов обучения по дисциплине учитывается:

- выполнение индивидуальных заданий по каждой теме практического занятия;
- собеседование по основным вопросам практических занятий, контрольное тестирование по разделам;
- итоговое индивидуальное задание.

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

**8.1. Основная литература**

Печатные издания	Электронные издания
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы социальной работы в Великобритании: информирование граждан пожилого возраста по вопросам социальных гарантий [Электронный ресурс] / Попкова Т.Д., Гасумова С.Е., Гриценко Е.А. - М. : Дашков и К, 2017. - <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394027413.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394027413.html</a></li> <li>2. Черникова Г.В. Экономические основы социальной работы: учебное пособие. [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.В.Черникова. – М.-Берлин: Дирек-Медиа, 2015. – 149 с. Режим доступа: <a href="http://www.knigafund.ru/books/183396">http://www.knigafund.ru/books/183396</a></li> <li>3. Социальная работа: от идеи до практики [Электронный ресурс] / Холостова Е.И. - М. : Дашков и К, 2017. - <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026942.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026942.html</a></li> </ol>

## 8.2. Дополнительная литература:

Печатные издания	Электронные издания
	1. Теория социальной работы: учебное пособие [Электронный ресурс] / Кузина И.Г. - М. : Проспект, 2016. - <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392193370.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392193370.html</a> 2. Онлайн-вые фокус-группы: Возможности ограничения и особенности процедуры [Электронный ресурс] / Лебедев П.А. - М. : Проспект, 2016. - <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392193233.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392193233.html</a> 3. Социальная работа [Электронный ресурс] : Учебное пособие для бакалавров / Под ред. д. п. н., проф. Н. Ф. Басова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2016. - <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024245.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024245.html</a> 4. Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей [Электронный ресурс] / Борнштейн Д. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961417418.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961417418.html</a>

## 9. Базы данных, справочные и поисковые системы, Интернет-ресурсы, ссылки

1. <http://www.unicef.org> - ЮНИСЕФ - Детский фонд ООН.
2. <http://lib.socio.msu.ru/l/library> Электронная библиотека Социологического факультета МГУ
3. <http://ssopir.ru/> Союз социальных педагогов и социальных работников
4. <http://window.edu.ru/window/library> Единое окно доступа к образовательным ресурсам
5. <http://www.socpolitika.ru> Информационно-аналитический портал:
6. <http://www.soc-work.ru/> Социальная работа. Социальным работникам о социальной работе.
7. <http://home.novoch.ru> Социальная работа: независимый информационно-образовательный сервер социальной работы и общественных наук <http://home.novoch.ru>

## 10. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Название ПО	Основание использования, реквизиты документа, подтверждающего право пользования
1.	Среда Электронного обучения 3LK Русский MOODLE	Бесплатное Тех. Поддержка 359ЭТ 19.21.2022
2.	Mind платформа для видеоконференций	№135/ЗК от 9.07.2021
3.	1С: Университет Проф	№27 от 30.04.2014

### Установленное на ПК

№	Название ПО	Основание использования, реквизиты документа, подтверждающего право
---	-------------	---

		пользования
1.	Kaspersky endpoint security	№99/ЭТ от 21.06.2021
2.	Архиватор ZIP	бесплатное
3.	Adobe Acrobat reader	бесплатное
4.	VLC медиаплеер	бесплатное
5.	Astra Linux Common Edition релиз Орёл	№92/ЭТ от 15.06.21

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

### **11.1 Помещения для проведения учебных занятий**

Помещения для проведения учебных занятий, соответствующие действующим противопожарным правилам и нормам.

### **11.2 Технические средства обучения**

Для реализации дисциплины используются следующие технические средства:

- технические средства передачи учебной информации – проекционная аппаратура широкого назначения;
- технические средства контроля знаний – компьютерные программы в подсистеме Moodle LMS, применяющиеся для проведения текущего контроля знаний обучающихся;
- телевизор ЖК Philips -42 с настенным креплением и коммутационным кабелем;
- ноутбук lenova Idea Pad – G510

### **11.3 Помещения для самостоятельной работы**

Помещения оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Рабочая программа дисциплины «Социальная реклама и социальный маркетинг»

Разработчик:

Преподаватель кафедры дефектологии, русского языка  
и социальной работы

Бижуква К. А.

Обсуждена

на заседании кафедры дефектологии, русского  
языка и социальной работы. зав.кафедрой

Маяцкая Н.К.

Согласована и рекомендована к использованию в образовательном процессе по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа 2021 года набора очной формы обучения 25.05.2021

Руководитель ОПОП ВО

Горбунова В.В.

Декан факультета гуманитарного и медико-биологического  
образования

Федько Н.А.