МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет социологический

Кафедра социальной работы

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для студентов заочной формы обучения**

по дисциплине «Маркетинговые технологии в сфере социальных услуг»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование дисциплины (модуля)

для направления подготовки (специальности) 39.03.02 «Социальная работа» Профиль: «Социальная работа в различных сферах жизни деятельности»\_\_

код и наименование направления подготовки (специальности)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды занятий | Распределение по семестрам  в часах | | | Всего часов |
| ----  семестр | ----  семестр | ---10-  семестр |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Общая трудоемкость |  |  | 72 | 72 |
| Аудиторные занятия, в т.ч.: |  |  | 12 | 12 |
| лекционные (ЛК) |  |  | 6 | 6 |
| практические (семинарские) (ПЗ, СЗ) |  |  | 6 | 6 |
| лабораторные (ЛР) |  |  |  |  |
| Самостоятельная работа студентов (СРС) |  |  | 66 | 66 |
| Форма промежуточного контроля в семестре\* |  |  | зач | зач |
| Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП) |  |  |  |  |

**Краткое содержание курса**

1. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций. Основные характеристики, задачи и этапы рекламной деятельности.
2. Структура и средства передачи рекламного обращения.
3. Маркетинг: сущность и содержание. Элементы системы маркетинговых коммуникаций.
4. Маркетинг услуг и маркетинг в сфере некоммерческой деятельности.
5. Реклама социальных услуг как особый вид рекламной деятельности.
6. Феномен социальной рекламы в современном обществе.

**Форма текущего контроля**

**Зачет**

**Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций.

2. Основные характеристики, этапы и задачи рекламной деятельности.

3. Структура и средства передачи рекламного обращения.

4. Психология рекламного воздействия.

5. Маркетинг: сущность и содержание.

6. Элементы системы маркетинговых коммуникаций

7. Маркетинг услуг и маркетинг в сфере некоммерческой деятельности.

8. Реклама социальных услуг как особый вид рекламной деятельности.

9. Феномен социальной рекламы в современном обществе.

10.ПР в социальной сфере.

11.Реклама в сети Интернет.

12.Маркетинг образования.

13.ПР – деятельность некоммерческих и благотворительных организаций.

14.Маркетинг в сфере социального обслуживания населения.

15.Маркетинговые коммуникации в здравоохранении.

16.Этические аспекты рекламы.

17.Рекламный рынок в России.

**Оформление письменной работы согласно МИ 4.2-5/47-01-2013** [Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации](http://zabgu.ru/files/html_document/pdf_files/fixed/Normativny%27e_dokumenty%27_i_obrazcy%27_zayavlenij/Obshhie_trebovaniya_k_postroeniyu_i_oformleniyu_uchebnoj_tekstovoj_dokumentacii.pdf)

**Тематика контрольных работ по дисциплине**

1. Зарождение рекламы в Древнем мире.

2. Реклама в Средние века.

3. Западноевропейская и американская реклама Нового времени.

4. Дореволюционная отечественная реклама.

5. Роль и значение рекламы в современных условиях.

6. Рекламное обращение: понятие, основные этапы и технологии процесса разработки.

7. Средства передачи рекламного обращения.

8. Планирование рекламной деятельности.

9. Организация рекламной деятельности.

10.Законодательное регулирование рекламной деятельности.

11.Творческие принципы рекламы.

12.Психология рекламы.

13.Телевизионная реклама: творческие принципы и рекомендации.

14.Маркетинг: сущность и содержание.

15.Элементы системы маркетинговых коммуникаций.

16.Маркетинг услуг в сфере некоммерческой деятельности.

17.ПР в социальной сфере.

18.Феномен социальной рекламы в современном обществе.

19.Реклама социальных услуг как особый вид рекламной деятельности.

20.Реклама в сети Интернет.

21.Маркетинг образования.

22.ПР – деятельность некоммерческих и благотворительных организаций. 23.Маркетинг в сфере социального обслуживания населения.

24.Маркетинговые коммуникации в здравоохранении.

25.Этические аспекты рекламы.

26.Рекламный рынок в России.

Итоговый контроль проводится в форме зачета. При выставлении оценки учитывается активность студента во время аудиторных занятий, выполнение им заданий для самостоятельной работы и результаты собеседований по лекционному материалу и материалу практических занятий.

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

**Основная литература**

1.Конституция Российской Федерации.М.,2010

2.Права человека. Международный билль о правах человека.

Нью Йорк. Центр ООН. -Женева,1990.

3.Федеральнный закон «Основы законодательства Российской

Федерации об охране здоровья граждан РФ».М.:Ось,2005 с доп.

изменениями.

4.Федеральный закон «Об образовании ».-15-е изд.М.:Ось»,2010.

5.Федеральный закон «Об основах социального обслуживания населения в РФ». СЗРФ, 1995,No50.

6. Полукаров В.Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебное пособие / В. Л. Полукаров, С. Н. Рощупкин, К. А. Кобулашвили ; ред. А. Г. Самохвалов ; Общественный центр поддержки деятельности Администрации Президента РФ. - М. : КноРус, 2006. - 350 с.

7. Судас Л.Г. Маркетинговые исследования в социальной сфере: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 020300 "Социология" / Л. Г. Судас, М. В. Юрасова ; МГУ им. М.В. Ломоносова. - М.: Инфра-М, 2004.– 272с.

**Дополнительная литература:**

1. Багиев Г.Л. Международный маркетинг : учебник по специальности "Маркетинг" - 2-е изд. - М. [и др.] : Питер, 2008. - 688 с.

2. Минаев Д.В. Маркетинг в схемах и моделях : учебное пособие для студентов вузов - Ростов н/Д : Феникс, 2004. - 475 с.

3.Свенцицкий А.Л. Краткий психологический словарь / Свенцицкий Анатолий Леонидович. - М. : Проспект, 2008. - 512с.

4Социальный менеджмент. Под редакцией В.Н. Иванова, В.И. Патрушева. Учебное пособие. – М., 2009.

5.Социальная политика: Энциклопедический словарь (под ред. Волгина Н.А., Сулимова Т.С.). –М.: Академический проект, Трикста, 2005.

6.Система менеджмента качества в непрерывном образовании / под ред. И.В. Благоразумова. - Чита : ЗабИЖТ, 2009. - 278с.

7.Фролов Сергей Станиславович. Общая социология : учебник / Фролов Сергей Станиславович. - М. : Проспект, 2010. - 384с.

8.Черчилль,Г.А.Маркетинговыеисследования/Г.А.Черчилль.-СПб.:Питер, 2000.

**Собственные учебные пособия**

\*Указываются базы данных, информационно-справочные и поисковые системы необходимые для проведения конкретных видов занятий по дисциплине.

Заведующий кафедрой

социальная работа М.С. Жиляева