

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Ефимова Н. М.



Номер регистрации
РПД_3-39.03.02.02_2019_105669
Актуализировано: 22.04.2021

Рабочая программа дисциплины
Социальный маркетинг и реклама в бизнесе

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	39.03.02 шифр
	Социальная работа наименование
Направленность (профиль)	3-39.03.02.02 шифр
	Социальное предпринимательство и социальная работа в бизнесе наименование
Формы обучения	Заочная, Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра социальной работы и молодежной политики (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра социальной работы и молодежной политики (ОРУ) наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Волченкова Елена Валерьевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Формирование у студентов навыков применения концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства, осуществления рекламной деятельности
Задачи дисциплины	1) освоение студентами современных маркетинговых концепций и технологий в социальной сфере; 2) ознакомление студентов с особенностями социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах; 3) освоение инновационных рекламных технологий в бизнесе; 4) приобретение практических навыков социальной компетентности в принятии решений.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-3

Способен собирать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов		
Знает	Умеет	Владеет
способы сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	навыками сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Компетенция ПК-5

Способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических представлений		
Знает	Умеет	Владеет
способы оценки вариантов управленческих решений в сфере социальной работы и разработки предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности и рисков	критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений в сфере социальной работы и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев эффективности и рисков	навыками оценки вариантов управленческих решений в сфере социальной работы и разработки предложений по их совершенствованию с учетом критериев эффективности и рисков

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Теоретические и практические основы социального маркетинга	ПК-3, ПК-5
2	Реклама в бизнесе	ПК-5
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-3, ПК-5

Формы промежуточной аттестации

Зачет	7 семестр (Очная форма обучения) 9 семестр (Заочная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	4	7	180	5	107.5	54	18	36	0	72.5		7	
Заочная форма обучения	5	9	180	5	16.5	16	6	10	0	163.5		9	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Теоретические и практические основы социального маркетинга»		81.00
Лекции		
Л1.1	Сущность и содержание социального маркетинга	1.00
Л1.2	Виды социального маркетинга	1.00
Л1.3	Организация маркетингового управления социальной сферой	1.00
Л1.4	Корпоративная социальная ответственность	1.00
Л1.5	Маркетинговые исследования в социальной сфере	1.00
Л1.6	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	1.00
Л1.7	Разработка комплекса социального маркетинга	1.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Сущность и содержание социального маркетинга	2.00
П1.2	Виды социального маркетинга	2.00
П1.3	Организация маркетингового управления социальной сферой	2.00
П1.4	Корпоративная социальная ответственность	2.00
П1.5	Маркетинговые исследования в социальной сфере	4.00
П1.6	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	2.00
П1.7	Разработка комплекса социального маркетинга	2.00
П1.8	Интегрированные коммуникации в социальном маркетинге	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Сущность и содержание социального маркетинга	4.00
С1.2	Виды социального маркетинга	4.00
С1.3	Организация маркетингового управления социальной сферой	4.00
С1.4	Корпоративная социальная ответственность	4.00
С1.5	Маркетинговые исследования в социальной сфере	4.00
С1.6	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	2.00
С1.7	Разработка комплекса социального маркетинга	4.00
С1.8	Интегрированные коммуникации в социальном маркетинге	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	26.00
Раздел 2 «Реклама в бизнесе»		95.00
Лекции		
Л2.1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных	1.00

	условиях	
Л2.2	Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности	1.00
Л2.3	Рекламный процесс и теория коммуникация	1.00
Л2.4	Классификация рекламы	2.00
Л2.5	Управление рекламной деятельностью	2.00
Л2.6	Планирование и проведение рекламной кампании	2.00
Л2.7	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	2.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях	2.00
П2.2	Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности	2.00
П2.3	Рекламный процесс и теория коммуникаций	4.00
П2.4	Классификация рекламы	2.00
П2.5	Управление рекламной деятельностью	2.00
П2.6	Планирование и проведение рекламной кампании	2.00
П2.7	Международная реклама	2.00
П2.8	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	2.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях	4.00
С2.2	Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности	4.00
С2.3	Рекламный процесс и теория коммуникаций	4.00
С2.4	Классификация рекламы	4.00
С2.5	Управление рекламной деятельностью	4.00
С2.6	Планирование и проведение рекламной кампании	4.00
С2.7	Международная реклама	8.00
С2.8	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	7.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	27.00
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
З3.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР3.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		180.00

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Теоретические и практические основы социального маркетинга»		88.00

Лекции		
Л1.1	Сущность и содержание социального маркетинга	1.00
Л1.2	Виды социального маркетинга	
Л1.3	Организация маркетингового управления социальной сферой	1.00
Л1.4	Корпоративная социальная ответственность	
Л1.5	Маркетинговые исследования в социальной сфере	1.00
Л1.6	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	
Л1.7	Разработка комплекса социального маркетинга	
Семинары, практические занятия		
П1.1	Сущность и содержание социального маркетинга	1.00
П1.2	Виды социального маркетинга	1.00
П1.3	Организация маркетингового управления социальной сферой	
П1.4	Корпоративная социальная ответственность	1.00
П1.5	Маркетинговые исследования в социальной сфере	
П1.6	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	1.00
П1.7	Разработка комплекса социального маркетинга	1.00
П1.8	Интегрированные коммуникации в социальном маркетинге	
Самостоятельная работа		
С1.1	Сущность и содержание социального маркетинга	10.00
С1.2	Виды социального маркетинга	10.00
С1.3	Организация маркетингового управления социальной сферой	10.00
С1.4	Корпоративная социальная ответственность	10.00
С1.5	Маркетинговые исследования в социальной сфере	10.00
С1.6	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	10.00
С1.7	Разработка комплекса социального маркетинга	10.00
С1.8	Интегрированные коммуникации в социальном маркетинге	10.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 2 «Реклама в бизнесе»		88.00
Лекции		
Л2.1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях	1.00
Л2.2	Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности	1.00
Л2.3	Рекламный процесс и теория коммуникация	
Л2.4	Классификация рекламы	
Л2.5	Управление рекламной деятельностью	
Л2.6	Планирование и проведение рекламной кампании	1.00
Л2.7	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	

Семинары, практические занятия		
П2.1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях	
П2.2	Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности	
П2.3	Рекламный процесс и теория коммуникаций	
П2.4	Классификация рекламы	1.00
П2.5	Управление рекламной деятельностью	1.00
П2.6	Планирование и проведение рекламной кампании	1.00
П2.7	Международная реклама	1.00
П2.8	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	1.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях	10.00
С2.2	Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности	10.00
С2.3	Рекламный процесс и теория коммуникаций	10.00
С2.4	Классификация рекламы	10.00
С2.5	Управление рекламной деятельностью	10.00
С2.6	Планирование и проведение рекламной кампании	10.00
С2.7	Международная реклама	10.00
С2.8	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	10.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
33.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР3.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		180.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакамливаются на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

- 1) Маркетинг. Основы маркетинга : учебное пособие / С.В. Аливанова. - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2015. - 100 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438721/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 2) Социальная реклама : учебное пособие / Л.М. Дмитриева. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01544-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 3) Мазилкина, Елена Ивановна. Основы рекламы : учеб. пос. / Е. И Мазилкина. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2012. - 284, [1] с. - Библиогр.: с. 236-237. - ISBN 978-5-394-01852-7 : 219.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

- 1) Цветков, Д. А. Повышение эффективности рекламной деятельности / Д.А. Цветков. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 109 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88286/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебно-методические издания

- 1) Вишнякова, Юлия Анатольевна. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы : Практическое пособие / Ю. А. Вишнякова. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 140 с. - (Профессиональная практика). - ISBN 978-5-534-12509-2 : 269.00 р. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/447666> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.
- 2) Белоусова, Л. А. Маркетинг в социальной сфере : учебно-методическое пособие / Л.А. Белоусова. - Екатеринбург : ГОУ ВПО «Уральский государственный технический университет Г УПИ», 2005. - 53 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39349/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Электронные образовательные ресурсы

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-39.03.02.02
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Ноутбук Acer
ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
ЭКРАН ПРОЕКЦИОННЫЙ DIGIS DSOB-1106

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=105669