

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.01.02 «Основы социального маркетинга»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний, умений и навыков в области социального маркетинга для их использования в профессиональной деятельности в сфере организации работы с молодежью и позиционирования субъектов молодежной политики в обществе.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания о видах и предназначении социального маркетинга, его особенностях и технологиях;
- сформировать системные представления о комплексе маркетинговых коммуникаций, учитывающих социокультурные традиции в обществе;
- развить практические умения использовать технологии социального маркетинга для выявления проблем и осуществления профессиональной деятельности в области работы с молодежью, в том числе в коммуникативных ситуациях, обусловленных межкультурным разнообразием в обществе;
- выработать навыки научного анализа процессов и явлений в сфере социального и политического маркетинга в молодежной среде, необходимые для реализации и оценки проектов социального маркетинга с учетом исторического наследия и социокультурных традиций.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Основы социального маркетинга» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 1 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Для изучения дисциплины «Основы социального маркетинга» студент должен обладать знаниями по дисциплинам: «Введение в направление подготовки», «Философия», «История», «Социология», «Организационное поведение», «Управленческая культура».

Знания, полученные студентами при изучении дисциплины «Основы социального маркетинга», будут использоваться при изучении таких дисциплин, как «Молодежные субкультуры», «Публичное выступление и самопрезентация», «Социальная политика», «Национальная политика и культура межнационального общения», «Социальные конфликты в молодежной среде»..

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	
ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах	Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах
	Умеет применять различные модели поведения в ситуации межкультурного разнообразия
	Владеет навыками анализа межкультурного разнообразия общества в этическом и философском контекстах

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний	Знает основные проблемы современности
	Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний
	Владеет навыками анализа проблем современности с позиции этики и философских знаний
ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития	Знает историю России в контексте мирового исторического развития.
	Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития
	Владеет навыками анализа истории России в контексте мирового исторического развития
ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний	Знает методы анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний.
	Умеет проводить критический анализ исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний
	Владеет навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие социального маркетинга, его структура и функции. Комплекс маркетинговых коммуникаций	12	2	2		6
2.	Молодежь как целевая группа маркетинговых коммуникаций. Молодежные организации как субъекты социального маркетинга	10	2	4		6
3.	Стратегии и технологии социального и политического маркетинга	10	2	4		6
4.	Факторы восприятия межкультурных различий	12	2	4		4
5.	«Культурный шок» и механизмы его преодоления	14	2	4		4
6.	Основы кросс-культурного менеджмента	10	2	4		6
7.	Разрешение конфликтов в межкультурной коммуникации	18	2	4		6
8.	Роль политики идентичности в интеграции участников межкультурного взаимодействия	10	2	4		6
9.	Специфика регионального пространства межкультурных коммуникаций		2	4		7,8
10.	ИТОГО по разделам дисциплины	103,8	18	34	0	51,8
11.	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
12.	Курсовая работа	-				
13.	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
13.	Подготовка к текущему контролю	-				
14.	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Авторы:

Морозова Е.В., доктор философских наук, профессор кафедры государственной политики и публичного управления
Русия Н.Т., доцент кафедры государственной политики и публичного управления