

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Лельчицкий Игорь Давыдович

Должность: и.о. проректора по образовательной деятельности

Дата подписания: 20.07.2026 16:33:02

Уникальный программный ключ:

aa5b5ee17d97a2e4d94e98e995320af94f043ce2

УП: 39.03.03 Орг раб
с мол 2025.plx

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ООП

Мероз Мария Владимировна

«21» мая 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинговые технологии в социальной сфере

Закреплена за
кафедрой:

"Социальная работа и педагогика"

Направление
подготовки:

39.03.03 Организация работы с молодежью

Направленность
(профиль):

Социальные технологии в организации работы с молодежью

Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения:

очная

Семестр:

6

Программу составил(и):

канд. пед. наук, доц., Добросмыслова Светлана Николаевна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля):

Целями освоения дисциплины являются изучение концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, формирование готовности к реализации маркетинговых технологий с целью развития рынка социальных услуг молодежи, привлечения внимания к социальным проблемам молодежи, формирования позитивного имиджа работы с молодежью и реализующих ее специалистов.

Задачи :

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

Цикл (раздел) ОП: Б1.О

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Социология молодежи

Введение в профессию

Экономические основы работы с молодежью

Социология

Социальные технологии работы с молодежью

Государственная молодежная политика

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Менеджмент в молодежной политике

Технологическая (проектно-технологическая) практика

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108
в том числе:	
самостоятельная работа	53
часов на контроль	27

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ОПК-3.3: Осуществляет мониторинг, сбор и обработку информации об основных тенденциях в сфере молодежной политики

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 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

УК-9.3: Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)

УК-9.4: Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей

УК-9.5: Контролирует собственные экономические и финансовые риски

5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:	
экзамены	6

6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Основные виды маркетинга в социальной сфере. Маркетинговые технологии.				
1.1		Лек	6	4	
1.2		Пр	6	4	
1.3		Ср	6	10	
	Раздел 2. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация				
2.1		Лек	6	4	
2.2		Пр	6	4	
2.3		Ср	6	10	
	Раздел 3. Поведение потребителей услуг социальной сферы				
3.1		Лек	6	2	
3.2		Пр	6	2	
3.3		Ср	6	10	

	Раздел 4. Разработка и предложение услуг социальной сферы как маркетинговая проблема				
4.1		Лек	6	2	
4.2		Пр	6	2	
4.3		Ср	6	10	
	Раздел 5. Стратегия коммуникации и стимулирования. Реклама услуг молодежной сферы				
5.1		Лек	6	2	
5.2		Пр	6	2	
5.3		Ср	6	13	
	Раздел 6. Контроль				
6.1		Экзамен	6	27	

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

8.3. Требования к рейтинг-контролю

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендуемая литература

Перечень программного обеспечения

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ