

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
ПСИХОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ»
(СПбГИПСР)**

КАФЕДРА ТЕОРИИ И ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории и технологии
социальной работы
_____ Ю.Ю. Платонова

«30» апреля 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

ПРОДВИЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

основной профессиональной образовательной программы
«Социальная работа в системе социального обслуживания населения»
по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа

Разработчик: канд. пед. наук, доц. Платонова Ю.Ю.

Согласовано: канд. пед.н., зав. кафедрой Платонова Ю.Ю.

Санкт-Петербург

2021

РАЗДЕЛ 1. Учебно-методический раздел рабочей программы дисциплины

1.1 Аннотация рабочей программы дисциплины ПРОДВИЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Цель изучения дисциплины: способность и готовность использовать современные технологии продвижения социальных проектов.

Задачи дисциплины:

Дать целостное представление о формировании социального проекта.

Показать основные технологии продвижения социального проекта;

Сформировать навыки работы инновационными методами продвижения социального проекта.

Содержание дисциплины:

Теоретические аспекты социального проектирования. Основные характеристики социального проекта. Жизненный цикл социального проекта. Основные этапы разработки социального проекта. Методы коллективной работы. Разработка концепции проекта. Финансирование социального проекта. Общие принципы управления социальным проектом.

Стратегические, символические, рекламные и PR-инструменты продвижения социального проекта. Визуальные имиджевые стратегии продвижения социального проекта. Конструирование информационных поводов при продвижении социальных проектов. Телевидение на рынке СМИ.

Мониторинг интернета (поисковые инструменты), профессиональные запросы (язык, операторы), мониторинг СМИ, мониторинг эфира, мониторинг соцсетей для продвижения социальных проектов. Социальные медиа. Особенности и отличия платформ (VK, Instagram). Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube). Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению. «Блогеры» и «селебритис».

1.2. Цель и задачи обучения по дисциплине

Цель¹:

Целью освоения данной дисциплины является способность и готовность использовать современные технологии продвижения социальных проектов.

Задачи²:

1. Дать целостное представление о формировании социального проекта.
2. Показать основные технологии продвижения социального проекта;
3. Сформировать навыки применения инновационных методов продвижения социального проекта

1.3. Язык обучения

Язык обучения – русский.

¹ Цель – представление о результатах освоения дисциплины. Цель дисциплины должна быть соотнесена с результатом освоения ОП ВО (формируемыми компетенциями). Цель должна быть обозначена кратко, четко и иметь практическую направленность. Достижение цели должно быть проверяемым

² Формулировка задач должна быть связана со знаниями, умениями и навыками (владениями), также должны быть учтены виды деятельности, указанные в ОП ВО.

1.4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий, самостоятельную работу, форму промежуточной аттестации

Форма обучения	Общий объем дисциплины			Объем в академических часах								Контроль
	в зач.ед.	в астрон. часах	в академ. часах	Объем самостоятельной работы	Всего	Виды учебных занятий			Практическая подготовка	Контроль самостоятельной работы	Консультация к промежуточной аттестации (зачет)	
						Всего учебных занятий	Занятия лекционного типа	Практические занятия				
Очная	2	54	72	38	34	32	12	20		2	-	-
Заочная	2	54	72	62	10	8	2	6		2	-	-

*Часы на практическую подготовку выделяются в тех дисциплинах, где она предусмотрена (в лекциях, практических занятиях, коллоквиумах, кейсах и прочее)

**В случае реализации смешанного обучения рабочая программа дисциплины адаптируется преподавателем в части всех видов учебных занятий и промежуточной аттестации к использованию дистанционных образовательных технологий.

1.5. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Код компетенции наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК -2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта. ИУК -2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения. ИУК -2.3. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает способ решения поставленных задач. ИУК -2.4. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы. ИУК -2.5. Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с	На уровне знаний: -Знает теоретические аспекты социального проектирования. -основные характеристики социального проекта. -жизненный цикл социального проекта. -основные этапы разработки социального проекта; методы коллективной работы; разработка концепции проекта. -финансирование социального проекта; общие принципы управления социальным проектом функции продвижения социального проекта На уровне умений: Умеет применять технологии продвижения социального проекта с целью мотивации персонала

	запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.	На уровне навыков: Владеет навыками адаптации технологий продвижения проекта под запросы персонала в нем задействованного и внешней среды.
ПК-5. Способен к подготовке и организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, общественных объединений, добровольческих (волонтерских) организаций и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан	ИПК -5.1.Использует знания технологий по привлечению ресурсов различных организаций, объединений и частных лиц к реализации социального обслуживания граждан. ИПК -5.2. Применяет различные методы организации мероприятий по привлечению ресурсов организаций, объединений, частных лиц к реализации социального обслуживания граждан. ИПК 5.3. Осуществляет подготовку мероприятий по привлечению ресурсов организаций, объединений, частных лиц к реализации социального обслуживания граждан.	На уровне знаний: Знает современные технологии продвижения социального проекта при привлечении дополнительных ресурсов в организацию социальной сферы На уровне умений: Умеет применять технологии продвижения социального проекта при организации мероприятий по привлечению ресурсов в организацию На уровне навыков: владеет навыками адаптации технологий продвижения социального проекта для социальной сферы при подготовке и реализации мероприятий по привлечению ресурсов в организацию

РАЗДЕЛ 2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Учебно-тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Номер темы	Название темы	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма текущего контроля и промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			
			Л	ПЗ	ПрП	
Тема 1	Особенности социального проекта как объекта продвижения	24	6	6		12
Тема 2	Традиционные направления продвижения социального проекта	24	4	6		14

Тема 3	Инновационные направления продвижения социального проекта	22	2	8		12	
	Контроль самостоятельной работы	2					
	Консультация						Зачет
	Контроль						
	ВСЕГО в академических часах	72	12	20		38	

Заочная форма обучения

Номер темы	Название темы	Объем дисциплины (модуля), час.				Форма текущего контроля и промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР
			Л	ПЗ	ПрП		
Тема 1	Особенности социального проекта как объекта продвижения	24		2		22	
Тема 2	Традиционные направления продвижения социального проекта	24		2		22	
Тема 3	Инновационные направления продвижения социального проекта	22	2	2		18	
	Контроль самостоятельной работы	2					
	Консультация						Зачет
	Контроль						
	ВСЕГО в академических часах	72	2	6		62	

Используемые термины:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

ПрП – практическая подготовка (работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации практической

подготовки для решения практико-ориентированных заданий; часы входят в общий объем практических занятий). При наличии ПрП прописываются формы текущего контроля ПрП, а в п.2.5 дополнительно прилагаются методические материалы и типовые задания.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Форма текущего контроля и промежуточной аттестации – формы текущего контроля указываются разработчиком для каждой темы, промежуточная аттестация – из учебного плана.

КСР - контроль самостоятельной работы - входит в общую контактную работу с преподавателем.

Консультация – проводится перед промежуточной аттестацией в форме экзамена.

Контроль – часы, выделяемые на подготовку обучающегося к промежуточной аттестации в форме экзамена.

2.2. Краткое содержание тем (разделов) дисциплины

Тема 1. Особенности социального проекта как объекта продвижения

Теоретические аспекты социального проектирования. Основные характеристики социального проекта. Жизненный цикл социального проекта. Основные этапы разработки социального проекта. Методы коллективной работы. Разработка концепции проекта. Финансирование социального проекта. Общие принципы управления социальным проектом.

Тема 2. Традиционные направления продвижения социального проекта.

Стратегические, символические, рекламные и PR-инструменты продвижения социального проекта. Визуальные имиджевые стратегии продвижения социального проекта. Конструирование информационных поводов при продвижении социальных проектов. Телевидение на рынке СМИ.

Тема 3. Инновационные направления продвижения социального проекта

Мониторинг интернета (поисковые инструменты), профессиональные запросы (язык, операторы), мониторинг СМИ, мониторинг эфира, мониторинг соцсетей для продвижения социальных проектов. Социальные медиа. Особенности и отличия платформ (VK, Instagram). Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube). Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению. «Блогеры» и «селебритис».

2.3. Описание занятий семинарского типа

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1.

План семинарских занятий Тема 1. Особенности социального проекта как объекта продвижения

Цель: обучающиеся должны в ходе проведения семинарских занятий самостоятельно выделить специфические особенности характеризующие социальные проекты.

Понятийный аппарат: проект, проектирование, социальный проекта.

Вопросы для дискуссии:

1. Специфика разработки концепции социального проекта?
2. Какова сущность социального проекта его значение для социальной сферы?

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2.

План семинарских занятий Тема 2. Традиционные направления продвижения социального проекта.

Цель: обучающиеся должны в ходе проведения семинарских занятий самостоятельно выделить наиболее распространённые каналы продвижения социального проекта.

Понятийный аппарат: маркетинг, каналы продвижения, телевизионная реклама, реклама по радио, наружная реклама, на транспорте.

Вопросы для дискуссии:

1. В чем заключаются эффективность применения традиционных схем продвижения социального проекта?
2. Выделите и обоснуйте положительные и отрицательные стороны применения традиционных схем продвижения.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3.

План семинарских занятий по Тема 3. Инновационные направления продвижения социального проекта.

Цель: обучающийся должны в ходе проведения семинарских занятий самостоятельно выделить примеры (3-5 примеров) продвижения социальных проектов инновационными методами продвижения

Понятийный аппарат: брендг, блогер, социальные сети, диджетал маркетинг.

Вопросы для дискуссии:

1. Выделите наиболее трендовые направления продвижения социальных проектов.
2. Обоснуйте взаимосвязь методов продвижения и влияние целевых групп.

2.4. Описание занятий в интерактивных формах

Интерактивное занятие к теме 1 Особенности социального проекта как объекта продвижения

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется методика разбора конкретных ситуаций. Это техника обучения, использующая описание реальных задач, стоящих перед продвижением социального проекта.

Несколько мини-групп обучающихся, по 4-6 человек в каждой, знакомятся с содержанием кейса, обсуждают ситуацию и готовят ответы на сформулированные преподавателем вопросы. Результаты обсуждения в форме «решений» презентуются каждой группой и комментируются преподавателем.

В рамках курса предусмотрена работа над главой Главой XIV Социальное проектирование. Стегний, В. Н. Социальное прогнозирование и проектирование : учебник для вузов / В. Н. Стегний. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07184-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473066> (дата обращения: 27.08.2021). Дается задание к кейсу – выделить особенности социального проектирования.

Интерактивное занятие к теме 2. Традиционные направления продвижения социального проекта.

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется методика презентации и обсуждения групповых исследовательских работ обучающихся. Группа обучающихся (2-5 человек) в рамках занятия выбирают (с аргументацией) традиционные наиболее эффективные (с их точки зрения) технологии продвижения социального проекта. Результаты работы представляют в виде презентации.

Интерактивное занятие к теме 3. Инновационные направления продвижения социального проекта.

Статья: В.И. Сапунов, Е.И. Мушурова Особенности продвижения социального проекта [<http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2017/6-reg-zhurnalist/5/sapunov.pdf>]

В качестве интерактивной формы проведения занятия используется методика мини-конференций. Обучающиеся (не более 3 человек в группе) готовят на основе анализа статьи (1-2 страницы А4, шрифт Times New Roman 12) наиболее перспективные направления продвижения социального проекта. В ходе проведения мини-конференции происходят дебаты, в результате которых выбираются наиболее перспективные технологии продвижения.

2.5. Организация планирования встреч с приглашенными представителями организаций

Не запланировано.

2.6. Особенности освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Получение образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	- в печатной форме; - в форме электронного документа
С нарушением зрения	- в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла
С нарушением опорно-двигательного аппарата	- в печатной форме;

	- в форме электронного документа; - в форме аудиофайла
--	---

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Перечень фондов оценочных средств, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

Категории студентов	Виды оценочных средств	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушением слуха	тест	преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	собеседование	преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные вопросы	-

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к зачёту, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);

- доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);

- доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах.

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:

- лекционная аудитория – мультимедийное оборудование (для студентов с нарушениями слуха);

- учебная аудитория для практических занятий (семинаров) мультимедийное оборудование, (для студентов с нарушениями слуха).

2.7. Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Основными принципами изучения данной дисциплины являются:

- принцип развивающего и воспитывающего обучения;
- принцип культуро-природосообразности;
- принцип научности и связи теории с практикой;
- принцип систематичности;
- принцип наглядности;
- принцип доступности;
- принцип положительной мотивации и благоприятного климата обучения.

Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счёт использования современных учебников (учебных комплексов, справочной литературы, словарей, интернет-сайтов специальных зданий и организаций) и учебных пособий, касающихся проблематики изучаемой дисциплины.

2.8. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным оборудованием и аудио системой, с возможностью демонстрации интерактивных пособий и учебных фильмов, с доступом к сети Интернет.

РАЗДЕЛ 3. Требования к самостоятельной работе студентов в рамках освоения дисциплины

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Цель выполнения самостоятельной творческой работы – приобретение опыта активной самостоятельной учебно-познавательной деятельности.

Целью СРС является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. СРС способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе выполнения самостоятельной работы обучающиеся должны быть ориентированы на:

- систематизацию и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений для эффективной подготовки к зачетам и экзаменам.

Успех обучающегося в изучении курса зависит от систематической индивидуальной деятельности по овладению учебным материалом. Студентам целесообразно наладить творческий контакт с преподавателем, придерживаться его рекомендаций и советов по успешному овладению

Требования к структуре и оформлению работы.

Данная работа в окончательном варианте, который предоставляется преподавателю, должна быть иметь следующую структуру:

Титульный лист (Образец титульного листа определяется Положением об аттестации учебной работы студентов института, и опубликован на сайте www.psycwork.ru раздел «Учебный процесс» / «самостоятельная работа»).

Работа должна быть представлена на листах формата А4 в печатном варианте с выполнением основных требований оформления документов. Обязателен титульный лист и прилагаемый список литературы.

Устанавливаются следующие требования к оформлению самостоятельной работы:

- параметры страницы (210x297 мм) А4;
- интервал полуторный;
- шрифт 12, Times New Roman;
- поля страницы: левое – 2 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см.
- все страницы должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами в верхнем правом углу.

3.1. Задания для самостоятельной работы по каждой теме (разделу) учебно-тематического плана

Задания для самостоятельной работы к теме 1 Особенности социального проекта как объекта продвижения

Тема 1. Особенности социального проекта как объекта продвижения

Цель: обучающиеся должны в ходе проведения самостоятельной работы выделять

фактор влияющие на создание и развитие социального проекта.

Понятийный аппарат: проект, социальный проект.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем состоит специфика социального проектирования?
2. Факторы, способствующие развитию проектной деятельности в сфере бизнеса и в социальной сфере?
3. Причины и препятствия развития социальных проектов нашей стране.

Задания для самостоятельной работы к Тема 2. Традиционные направления продвижения социального проекта.

Тема 2. Традиционные направления продвижения социального проекта.

Цель: обучающиеся должны в ходе проведения самостоятельной работы выделить традиционные направления продвижения социального проекта .

Понятийный аппарат: продвижение, маркетинг, реклама, виды рекламы.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем состоит специфика традиционных методов продвижения?
2. Какие преимущества дает использование традиционных методов продвижения
3. Какие из традиционных методов проведения наиболее эффективны при продвижении социального проекта и почему?

Задания для самостоятельной работы к теме 3. Инновационные направления продвижения социального проекта.

Тема 3. Инновационные направления продвижения социального проекта.

Цель: самостоятельной работы выделить примеры (3-5 примеров) применения инновационных методов продвижения социального проекта.

Понятийный аппарат: маркетинг, диджетал маркетинг.

Вопросы для обсуждения:

1. В чем состоит специфика инновационных методов продвижения?
2. Какие наиболее эффективные инновационные методы продвижения можно выделить для социального проекта и почему?

3.2. Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы

Оценка самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Положением об аттестации учебной работы студентов института в рамках балльно-рейтинговой системы оценки учебной работы студентов.

Баллы БРС присваиваются следующим образом:

30 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы достойны **отличной оценки**;

25 баллов – самостоятельная работа выполнена с некоторыми нарушениями сроков подачи материала, в полном объеме, все работы в среднем достойны **хорошей оценки**;

20 баллов – самостоятельная работа выполнена с некоторыми нарушениями сроков подачи материала, в неполном объеме (менее 90% заданий), все работы в среднем достойны **хорошей оценки**;

10 баллов – самостоятельная работа выполнена с нарушением сроков, в неполном объеме (менее 75% заданий), все работы в среднем достойны **удовлетворительной оценки**.

0 баллов – самостоятельная работа не предоставлена или выполнена с грубейшими нарушениями, все работы в среднем достойны **неудовлетворительной оценки**.

РАЗДЕЛ 4. Фонд оценочных средств

4.1. Материалы, обеспечивающие методическое сопровождение оценки качества знаний по дисциплине на различных этапах ее освоения

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Продвижение социального проекта» относится рубежный контроль (контрольная работа), промежуточная аттестация в форме зачёта.

Критериями и показателями оценивания компетенций на различных этапах формирования компетенций являются:

- знание терминов, понятий, категорий, концепций и теорий по дисциплине;
- понимание связей между теорией и практикой;
- сформированность аналитических способностей в процессе изучения дисциплины;
- знание специальной литературы по дисциплине.

Шкала оценивания³

Результаты успешной сдачи зачета аттестуются оценкой «зачтено», неудовлетворительные результаты оценкой «не зачтено».

«Зачтено» выставляется в случае, если студент продемонстрировал достаточный уровень владения понятийным аппаратом и знанием теории и закономерности учебной дисциплины, решения профессионально-ориентированных задач и междисциплинарных ситуаций.

«Не зачтено» выставляется в случае если студент не продемонстрировал необходимый

³ Критерии оценивания могут уточняться и дополняться в соответствии со спецификой дисциплины, установленных форм контроля, применяемых технологий обучения и оценивания

минимум теоретических знаний и понятийного аппарата, умений решать практические задачи.

Шкала перевода оценки из пятибалльной системы в систему «зачтено»/«не зачтено»:

отлично, хорошо, удовлетворительно (5-3 балла)	«зачтено»
неудовлетворительно (2 балла)	«не зачтено»

ОТЛИЧНО (5 баллов)

Оценка «отлично» выставляется, когда обучающийся глубоко знает технологии формирования социального проекта, демонстрирует способность анализировать важнейшие направления продвижения социального проекта; грамотно проводит анализ «информационных поводов» при продвижении социальных проектов; свободно составляет план продвижения социального проекта, детально объясняет основные инновационные методы продвижения социального проекта.

. Демонстрирует знание профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий по дисциплине, устанавливает содержательные междисциплинарные связи, развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, обнаруживает аналитический подход в освещении различных концепций, делает содержательные выводы, демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебной программы и дополнительных источников информации. На вопросы отвечает четко, логично, уверенно, по существу. Способен принимать быстрые и нестандартные решения.

Многоплановое решение профессионально-ориентированной задачи (кейса)

ХОРОШО (4 балла)

Оценка «хорошо» выставляется, когда обучающийся недостаточно глубоко знает теоретические основы формирования социального проекта, демонстрирует способность анализировать основные направления продвижения социального проекта; несколько поверхностно проводит существующих «информационных поводов» при продвижении социальных проектов; в общих чертах составляет план продвижения социального проекта, без особой детализации определяет инновационные методы продвижения социального проекта.

При ответе допускает незначительные ошибки, неточности по критериям, которые не искажают сути ответа. В целом содержательно отвечает на дополнительные вопросы. При этом примеры, иллюстрирующие теоретическую часть ответа, приводит не вполне развернуто и обоснованно.

Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) с незначительными ошибками и неточностями.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (3 балла)

Оценка «удовлетворительно» выставляется, когда обучающийся имеет поверхностные представления о теоретических основах формирования социального проекта, упускает важные составляющие при составлении плана продвижения социального проекта; поверхностно проводит анализ направлений продвижения; отрывочно и бессистемно составляет «информационные поводы» при продвижении социальных проектов.

. Продемонстрированные базовые знания частичные, отрывочные, бессистемные, теоретические и практические аспекты проблемы не связаны. В основном не может ответить на дополнительные вопросы и привести адекватные примеры

Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) содержит существенные ошибки и неточности.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (2 балла)

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, когда обучающийся не имеет представлений о теоретических основах формирования социального проекта, затрудняется при анализе направлений продвижения социального проекта; анализ инновационных методов продвижения не проводит или проводит с грубыми ошибками; затрудняется в составлении плана продвижения социального проекта.

. Ответ содержит ряд серьезных неточностей, выводы поверхностны или неверны. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом.

Профессионально-ориентированная задача (кейс) не решена или содержит грубые ошибки.

4.2. Формирование компетенций в процессе освоения дисциплины

Номер темы	Название темы	Код изучаемой компетенции
Тема 1	Особенности социального проекта как объекта продвижения	УК-2, ПК-5
Тема 2	Традиционные направления продвижения социального проекта	УК-2, ПК-5
Тема 3	Инновационные направления продвижения	УК-2, ПК-5

	социального проекта	
--	---------------------	--

4.3. Описание форм аттестации текущего контроля успеваемости (рубежного контроля) и итогового контроля знаний по дисциплине (промежуточной аттестации по дисциплине)

По дисциплине «Продвижение социального проекта» проводятся текущий и рубежный контроль успеваемости, а также промежуточная (итоговая) аттестация знаний.

Текущий контроль проводится в конце каждого практического занятия: активность участия в обсуждении вопросов и наличие обработанных протоколов по методикам с написанными заключениями.

Текущий контроль успеваемости проводится в течение семестра в часы, отведенные для изучения дисциплины, и может осуществляться в следующих формах:

- устного ответа;
- письменного ответа.

Рубежный контроль успеваемости проводится либо в середине курса, либо на последних занятиях данного курса (по усмотрению преподавателя).

Вопрос 1. Под проектом понимается система сформулированных в его рамках ..., создаваемых или модернизируемых для их реализации физических объектов, технологических процессов; технической и организационной документации для них, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению.

- 1) задач
- 2.) целей
- 3) нововведений
- 4) планов

Вопрос 2. Социальный проект предполагает следующие виды воздействий на материальные и духовные ценности:

- 1) создание
- 2) ликвидация
- 3) модернизация
- 4) поддержание

Вопрос 3. Верно ли утверждение, что жизненные позиции, способы жизнедеятельности, качество и стиль жизни являются объектами социального проектирования?

- 1) да
- 2) нет

Вопрос 4. В качестве субъекта социального проектирования могут выступать:

- 1) личность
- 2) социальный институт
- 3) трудовой коллектив
- 4) все варианты верны

Вопрос 5. Особенности услуг являются:

- 1) платный характер
- 2) невещественный характер
- 3) отсутствие взаимозаменяемости
- 4) возможность накопления

Вопрос 6. По характеру проектируемых изменений выделяют следующие проекты:

- 1) образовательные
- 2) инновационные
- 3) научно-технические
- 4) поддерживающие

Вопрос 7. Инновационные проекты предполагают:

- 1) внедрение новых разработок
- 2) сохранение культурного достояния
- 3) осмысление социальных последствий
- 4) решение задач экологического характера

Вопрос 8. Верно ли, что инновационные проекты называют также реанимационными, реставрационными?

- 1) да
- 2) нет

Вопрос 9. Безвозмездное предоставление владельцем средств фиксированной денежной суммы исполнителю обусловленных работ или услуг – это:

- 1) грант
- 2) субсидия
- 3) кредит
- 4) инвестиция

Вопрос 10. Государственное финансовое пособие юридическим и физическим лицам в виде ассигнования на покрытие убытков, сбалансирование бюджета – это:

- 1) грант
- 2) субсидия

3) кредит

4) инвестиция

4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Промежуточная аттестация по дисциплине является итоговой проверкой знаний и компетенций, полученных студентом в ходе изучения дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде **зачета**. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с требованиями Положения об аттестации учебной работы студентов института.

Примерные вопросы к зачету

1. Теоретические аспекты социального проектирования.
2. Основные характеристики социального проекта.
3. Основные понятия, цели и задачи социального проекта.
4. Объект, предмет, субъект социального проектирования.
5. Принципы и функции социального проектирования.
6. Классификация социальных проектов.
7. Методы проведения в маркетинге.
8. Специфика продвижения проектов в социальной сфере.
9. Правовое, кадровое, ресурсное, финансовое обеспечение социального проекта.
10. Стратегические, символические, рекламные и PR-инструменты продвижения социального проекта.
11. Современные модели инновационного проектирования.
12. Наружная реклама как метод продвижения социального проекта.
13. Инновационные методы продвижения социального проекта.
14. Технологии выбора направлений продвижения социального проекта.
15. Общие принципы управления социальным проектом.
16. Визуальные имиджевые стратегии продвижения социального проекта.
17. Конструирование информационных поводов при продвижении социальных проектов.
18. Мониторинг интернета (поисковые инструменты), мониторинг соцсетей для продвижения социальных проектов.
19. Социальные медиа. Особенности и отличия платформ (VK, Instagram). Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube).
20. Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению. «Блогеры» и «селебритис».

Пример типового задания в форме теста для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тест 1. Среднесрочный проект требует для своей реализации:

- 1) 0,5–1 год
- 2) 1–2 года
- 3) 3–5 лет**
- 4) 10–15 лет

Тест 2. Проекты, которые обладают всеми признаками настоящего проекта, но планируют нововведение, которое на самом деле таковым не является, – это:

- 1) проекты-фикции
- 2) престиж-проекты
- 3) квазипроекты**

Тест 3. Социальное противоречие, требующее организации целенаправленных действий для его устранения или выбора одной из возможных альтернатив социального развития – это:

- 1) социальный заказ
- 2) конструкт
- 3) проект системы
- 4) проблемная ситуация**

Пример типового практико-ориентированного задания

Типовое задание 1. Выберите существующий социальный проект и проведите анализ направлений его продвижения. Подготовьте предложения по оптимизации и расширению направлений продвижения (с обоснованиями) .

Типовое задание 2. Организации системы НКО «Мама работает» занимающейся гибкими формами занятости мам в декрете, а также мам детей с особыми потребностями, не хватает ресурсов для развития и расширения спектров помощи, а также для найма квалифицированных сотрудников и специалистов по социальной работе.

Разработайте социальный проект помощи организации а так же концепцию его продвижения.

РАЗДЕЛ 5. Глоссарий

Жизненный цикл товара – период обращения товара на рынке. Влияет на товарную политику фирмы, формирование оптимального ассортимента, позволяет эффективно осуществить капиталовложение.

Запрос – это потребность, подкрепленная покупательной способностью, человек выбирает товар, совокупность свойств которого обеспечивает ему наибольшее удовлетворение за данную цену, с учетом его специфических потребностей и ресурсов.

Индивидуальный маркетинг – каждый покупатель - это отдельный сегмент.

Каналы распространения – путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям.

Качество некоммерческого продукта – степень соответствия его характеристик (полезных свойств) потребностям и предпочтениям потребителей.

Конкурентоспособность некоммерческого продукта – фактор, определяющийся при сравнении его качества (в широком смысле) и «цены» с аналогичными характеристиками продуктов конкурентов.

Концепция интенсификации коммерческих усилий – фактор, при котором потребители не будут покупать товары организации в достаточных количествах, если она не предпримет значительных усилий в сфере сбыта и стимулирования.

Концепция потребительского (чистого) маркетинга – концепция успешной деятельности фирмы, при условии определения нужд и потребностей на целевых рынках и обеспечения желаемого удовлетворения потребителя более эффективными и продуктивными, чем у конкурентов, способами.

Концепция совершенствования производства – концепция совершенствования производства и повышения эффективности системы распределении при условии, что потребители покупают товары, которые широко распространены и доступны по цене.

Концепция совершенствования товара – концепция совершенствования постоянного совершенствования товара при условии, что потребители покупают товары предлагающие наивысшее качество, лучшие эксплуатационные свойства и характеристики.

Личная продажа – устное представление товара покупателю/нескольким покупателям с целью совершения продажи (через торговых представителей или коммивояжеров).

Маркетинг – процесс, охватывающий разработку и реализацию маркетинговой концепции, ценообразование, продвижение товара на рынок и сбыт товаров/услуг, призванный обеспечить обмен в целях реализации интересов участников этого обмена.

Маркетинг сегмента – большая, идентифицированная по каким-либо признакам группа покупателей внутри рынка.

Методы распространения – всевозможная деятельность, благодаря которой товар становится доступным для целевых потребителей.

Некоммерческая реклама – реклама, спонсируемая некоммерческими институтами или в их интересах и имеющая целью стимулирование пожертвований, призыв голосовать в чью-либо пользу или привлечение внимания к делам общества».

Некоммерческий продукт – результат деятельности некоммерческого субъекта, не связанной с получением прибыли, и предназначен для некоммерческого обмена.

Нужда – чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо (исходные составляющие природы человека, Маслоу, если нужда не удовлетворена, человек чувствует себя несчастным выход: либо начнет поиски объекта способного удовлетворить нужду, либо попытается заглушить ее)

Позиционирование товара на рынке – обеспечение товару четко отличного от других желательного места на рынке и в сознании целевых потребителей.

Потребности – нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида. (по мере развития общества растут и потребности его членов. Часто путают потребность и нужду. Так производителю насосов часто думают, что потребителю нужны их насосы, в то время как потребителю нужна скважина)

Реклама – платное однонаправленного и неличное обращение, осуществляемое через СМИ, которое агитирует в пользу какого-либо товара, марки, фирмы.

Сегментация рынка – многомерное деление рынка на большие группы покупателей, каждая из которых имеет идентичные требования к данному товару.

Социальная реклама – общественная (социальная) реклама передает сообщения, пропагандирующее какое-либо позитивное явление, реклама не конкретного товара, а некоторого «отношения к миру».

Социальный (некоммерческий) маркетинг – деятельность некоммерческих образований или физических лиц в конкурентной среде, основанная на принципах классического маркетинга и направленная не достижение целей, не связанных непосредственно с получением прибыли.

Социальный эффект – результат деятельности субъекта рынка, не связанный с получением прибыли и направленный на благо общества в целом или отдельных групп населения.

Спонсоринг – некоммерческая деятельность бизнес-субъекта, опирающаяся на идеологию маркетинга и нацеленная на формирование благоприятного образа спонсора путем поддержки идей и проектов социально-культурной направленности, инициированных различными государственными учреждениями, общественными и физическими лицами.

Товар – все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования и потребления. Все товары, способные удовлетворить нужду называются товарным ассортиментом.

Фандрайзинг – процесс, имеющий целью сбор средств и привлечение ресурсов на реализацию социально значимой деятельности одной стороной и принятия решения об их представлении другой стороной.

Ценовая политика – наиболее общая линия поведения фирмы в ценовых вопросах с целью позиционирования продукта и самой себя по отношению к конкурентам, другим товарам, потребителям (определение своего места под солнцем).

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины

РАЗДЕЛ 6. Информационное обеспечение дисциплины

6.1. Перечень рекомендуемой литературы, необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование издания	Тема 1	Тема 2	Тема 3
Основная литература				
1	Стегний, В. Н. Социальное прогнозирование и проектирование : учебник для вузов / В. Н. Стегний. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07184-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473066 (дата обращения: 27.04.2021).	+	+	+
2	Пирогов С. В. Социальное прогнозирование и проектирование : учебное пособие / С.В. Пирогов. - Москва : Проспект, 2016. - 376 с. - ISBN 978-5-392-19575-6. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/353108/reading	+	+	+
Дополнительная литература				
1	Абаев А. Л. Реклама социальных проектов: Методическое пособие. — 3-е изд. / А.Л. Абаев, Г.Г. Вельская, А.Г. Жильев. - Москва : Дашков и К, 2021. - 94 с. - ISBN 978-5-394-04242-3. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/375477/reading		+	
2	Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учебное пособие для вузов / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общей редакцией А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07649-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470906 (дата обращения: 29.04.2021).	+	+	+
3	Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468966 (дата обращения: 29.04.2021).		+	+

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», используемых при освоении дисциплины

1. Issa [Электронный ресурс]: [Электронный ресурс]: международная ассоциация социального обеспечения. – Режим доступа: <https://www.issa.int/ru>
2. Социальная работа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://soc-work.ru>
3. ССОПиР [Электронный ресурс]: союз социальных педагогов и социальных работников. – Режим доступа: <http://ssopir.ru>

6.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для изучения дисциплины

В рамках дисциплины используется следующее лицензионное программное обеспечение (MS OFFICE – Word, Excel, PowerPoint) и обучающие платформы (1-С: Электронное обучение. Корпоративный университет, MS Teams).

В учебном процессе используются следующие информационные базы данных и справочные системы:

Гарант-Образование: информационно-правовое обеспечение: [сайт]. – Москва. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://study.garant.ru/> (дата обращения: 01.09.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронная библиотека СПбГИПСР // Библиотека СПбГИПСР: [сайт]. – Санкт-Петербург, [2014] –. – URL: http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=456 (дата обращения: 01.09.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронный каталог // Библиотека СПбГИПСР: [сайт]. – Санкт-Петербург, [2014] –. – URL: http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=435 (дата обращения: 01.09.2021).

ЮРАЙТ: образовательная платформа: [сайт]. – Москва, 2013 –. – URL: <https://urait.ru/> (дата обращения: 01.09.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

East View: information services: [сайт]. – [Москва], [1989] –. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12> (дата обращения: 01.09.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ibooks.ru: электронно-библиотечная система: [сайт]. – Санкт-Петербург, 2010 –. – URL: <https://ibooks.ru> (дата обращения: 01.09.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Заведующая библиотекой

_____ Г.Л. Горохова
(подпись, расшифровка)