Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ганеев Винер Валиахметович
Должность: Директор
Дата подписания: 13.11.2026 16:08:46
Уникальный программный ключ:
fceab25d7092f3bff743e8ad3f8d57fddc1f5e66

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

Бирский филиал

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Декан
подписано ЭЦП Логачева Л.Р.
(подпись, инициалы, фамилия)

«26» 02 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление маркетинговой деятельностью в учреждениях социального обслуживания

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО программа магистратуры
39.04.02 Социальная работа

шифр и наименование направления подготовки (специальности)

направленность (профиль, специализация)

Организация и управление в социальной работе

наименование направленности (профиля, специализации)

форма обучения
заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Бирск 2026 г.

Рабочая программа составлена на основании учебного плана основной профессиональной образовательной программы 39.04.02 Социальная работа профиль Организация и управление в социальной работе, одобренного ученым советом Бирского филиала Уфимского университета науки и технологий (протокол №7 от 27.02.2026 г.) и утвержденного директором Бирского филиала 27.02.2026.

Зав.кафедрой кафедры педагогики, психологии и социальной работы *(наименование кафедры разработчика программы)*	*подписано ЭЦП*	Бронников С.А.
Разработчик программы	*подписано ЭЦП*	Черникова Т.А.
Руководитель образовательной программы	*подписано ЭЦП*	Бронников С.А.

1. Цель дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

1.1. Цель дисциплины

Цель изучения дисциплины: формирование знаний, умений и владений в области основ маркетинговой деятельности в учреждениях социального обслуживания и управления ею

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Таблица 1. – Результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)		Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной
код компетенции	наименование компетенции	
ПК-2	Способен осуществлять деятельность по планированию и управлению ресурсами организации социального обслуживания и обеспечению ее развития	ПК-2.1. Планирует деятельность организации социального обслуживания, обеспечивая ее развитие
		ПК-2.2. Осуществляет управление ресурсами организации социального обслуживания, эффективно определяя ее ресурсы
		ПК-2.3. Оценивает и корректирует деятельность организации социального обслуживания
ПК-3	Способен к организационно-управленческой работе в организациях социальной защиты и социального обслуживания	ПК-3.1. Выбирает эффективные методы и приемы организационно-управленческой работы в организациях социальной защиты и социального обслуживания
		ПК-3.2. Собирает, обрабатывает информацию о результатах деятельности в организациях социальной защиты и социального обслуживания
		ПК-3.3. Проводит анализ, обобщение и оценку деятельности в организациях социальной защиты и социального обслуживания

2. Структура и трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетные единицы (з.е.), 108 академических часов.

Таблица 2 – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов	Количество часов в сессии
Общая трудоемкость дисциплины	108	5 сессия - 36

Виды учебной работы	Всего, часов	Количество часов в сессии
		6 сессия - 72
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	14	5 сессия - 6 6 сессия - 8
в том числе:		
лекции	6	5 сессия - 6
лабораторные занятия	0	
практические занятия	8	6 сессия - 8
Другие виды работ в соответствии с УП:		
контрольная работа	0	
консультации	0	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	94	5 сессия - 30 6 сессия - 64
Из них:		
контроль	0	
ФКР:		
зачет	0.2	6 сессия - 1
зачет с оценкой	0	
курсовая работа (проект)	0	
экзамен	0	

3 Содержание дисциплины

Таблица 3 – Содержание дисциплины

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности				Форма текущего контроля успеваемости
		Лек, час.	П, час.	Зч, час.	СРС, час.	
2 курс / 5 сессия						
1	Маркетинговая деятельность в социальном обслуживании					
1.1	Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы Предпосылки формирования концепции маркетингового обеспечения в социальнойработе. Маркетинг в социальной работе. Сущность концепции некоммерческого маркетинга. Определение и сущностьсоциального эффекта. Понятие и классификация социальных служб. Классификациянекоммерческого маркетинга	2			10	Групповой опрос
1.2	Особенности маркетинговой среды социальных служб Внутренняя среда маркетинга социальных учреждений и ее элементы. Факторывнешней макро- и микросреды социальных	2			10	Групповой опрос

	учреждений. Влияние маркетинговой среды нареализацию концепции маркетингового управления в социальной работе.					
2	Комплекс маркетинга в социальной работе					
2.1	Характеристика элементов комплекса некоммерческого маркетинга. Понятие рынкасоциальных услуг. Разработка социальных услуг, их ассортимента, ценообразование.Каналы распределения социальных услуг. Основные средства стимулированияпродвижения и реализации социальных услуг. Процесс реализации интегрированныхмаркетинговых коммуникаций в социальной работе.	2			10	Групповой опрос
Итого по 2 курсу 5 сессии		6			30	
3 курс / 6 сессия						
1	Маркетинговая деятельность в социальном обслуживании					
1.1	Концепции маркетингового обеспечения социальной работы Маркетинг в учреждениях социального обслуживания. Концепция некоммерческого маркетинга. Определение и сущностьсоциального эффекта. Классификация некоммерческого маркетинга. Особенности управления маргетинговой деятельностью в учреждениях социального обслуживания		2		16	Семинар, Письменный ответ
1.2	Организационно-правовые основы осуществления маркетинга в социальной работе Понятие некоммерческой организации. Организационно-правовые формысубъектов социальной работы и их основные характеристики. Специфика отношенийсобственности в социальной работе. Тенденции развития социальной сферы в России и зарубежом.		2		16	Семинар, Групповой опрос
2	Комплекс маркетинга в социальной работе					

2.1	Характеристика элементов маркетинга Характеристика элементов комплекса некоммерческого маркетинга. Средства стимулированияпродвижения и реализации социальных услуг. Процесс реализации маркетинговых коммуникаций в социальной работе.		2		14	Письменный ответ, Семинар
2.2	Особенности маркетинга в социальных службах Внутренняя среда маркетинга социальных служб. Содержание маркетинговой деятельности в социальных службах. Реализация концепции маркетингового управления в социальной работе.		2		14	Практическое задание, Семинар
2.3	Зачет			1	4	
Итого по 3 курсу 6 сессии			8	1	64	
Итого по дисциплине		6	8	1	94	

Таблица 4 – Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Наименование семинарских и практических работ	Объем, час.

4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контрольные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Конспект

Темы для конспекта:
1. Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы.
2. Предпосылки формирования концепции маркетингового обеспечения в социальной работе.
3. Сущность концепции некоммерческого маркетинга.
4. Организационно-правовые основы осуществления маркетинга в социальной работе.
5. Особенности маркетинговой среды социальных служб.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения конспекта

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения конспекта

Критерии оценки:

– **на «отлично»** оцениваются конспекты, содержание которых основано на глубоком и всестороннем знании темы, изученной литературы, изложено логично, аргументировано и в полном объеме. Основные понятия, выводы и обобщения сформулированы убедительно и доказательно. полно раскрыто содержание материала; четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий; верно использованы научные термины; демонстрируются высокий уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владение навыками практической деятельности; объем текста оптимальный, текст построен логично и последовательно, материал рассмотрен полно и глубоко (наличие ключевых положений, мыслей), используются элементы визуализация информации как результат ее обработки (таблицы, схемы, рисунки), оформление аккуратное.
– **на «хорошо»** оцениваются конспекты, содержание которых основано на знании темы, изученной литературы, изложено логично, аргументировано и в достаточном объеме. Основные понятия, выводы и обобщения сформулированы убедительно, раскрыто содержание материала, но имеются небольшие неточности; раскрыто содержание основных понятий; в целом верно использованы научные термины; демонстрируются достаточный уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владение навыками практической деятельности, но допускаются не значительные недочеты; объем текста оптимальный, текст построен последовательно, материал рассмотрен полно, используются элементы визуализация информации, оформление аккуратное.
– **на «удовлетворительно»** оцениваются конспекты, содержание которых отражает неполное знание темы, при изложении нарушена логичность, объем представленной информации неполный. Не все основные понятия представлены, выводы и обобщения сформулированы не достаточно убедительно и доказательно, не полно раскрыто содержание материала; определения даны не полные, не раскрыто содержание понятий; при использовании научных терминов допущены ошибки; объем текста недостаточный, материал рассмотрен не полностью.
– **на «неудовлетворительно»** оцениваются конспекты, в которых не изложено основное содержание материала, изложение фрагментарное, не последовательное; определения понятий не четкие; уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владения навыками практической деятельности очень низкий. Имеются недочеты в оформлении.

Презентация

Темы для подготовки презентации:
Тема 1. Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы.
Тема 2. Организационные основы осуществления маркетинга в социальной работе.
Тема 3. Особенности маркетинга в условиях социальных служб.
Тема 4. Комплекс маркетинга в социальной работе.
Тема 5. Основные средства стимулирования продвижения и реализации социальных услуг.
Тема 5. Основные виды социальной рекламы и участники процесса ее создания.
Тема 6. Специфика развития социальной рекламы в России.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения презентации

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения презентации

«Презентация» в переводе с английского языка – представление. Мультимедийные презентации - способ представления информации с помощью компьютерных программ PowerPoint, Windows Movie Maker, являющихся удобным и эффективным способом, который сочетает в себе динамику, звук и изображение, т.е. факторы, объединяющие в себе всё, что способствует удерживанию непроизвольного внимания и лучшему усвоению изучаемого материала.
Требования к созданию презентаций
На первом слайде размещается:
- название презентации;
- автор: ФИО, группа, название учебного учреждения (соавторы указываются в алфавитном порядке);
- год.
На втором слайде указывается содержание работы, которое лучше оформить в виде гиперссылок (для интерактивности презентации).
На последнем слайде указывается список используемой литературы в соответствии с требованиями, Интернет-ресурсы указываются в последнюю очередь.
Критерии оценивания:
– «отлично» выставляется, если студент создал презентацию самостоятельно; презентация содержит не менее 15-20 слайдов информации; эстетически оформлена; имеет иллюстрации; содержание соответствует теме; правильная структурированность информации; в презентации прослеживается наличие логической связи изложенной информации; полностью раскрыл предложенную тему (соответствие выводов и результатов исследования поставленной цели); грамотно составил презентацию, последовательно изложив информацию; использовал дополнительные источники информации (Internet, дополнительную литературу, публикации в прессе и т.д.); разработал дизайн презентации, соответствующий теме проекта; использовал в презентации различные анимационные эффекты; использовал гиперссылки и управляющие кнопки; имеется содержание и список источников информации
– «хорошо» выставляется, если студент раскрыл тему, допустив 2 – 4 серьезные погрешности; составил презентацию, бессистемно изложив материал; разработал дизайн презентации; использовал анимационные эффекты; презентация содержит менее 15 слайдов; оформлена не эстетически, не имеет иллюстрации; содержание не в полной мере соответствует теме; в презентации не прослеживается наличие логической связи изложенной информации; студент не представляет свою презентацию в срок.
– «удовлетворительно» выставляется, если студент не сам создал презентацию; презентация содержит менее 10 слайдов; оформлена с нарушением требований, не имеет иллюстрации; содержание не соответствует теме; выстроена не логично; студент не представил свою презентацию в срок

Вопросы для семинаров

Примерные вопросы для семинаров:

Занятие № 1. Сущность концепции маркетингового обеспечения социальной работы
1. Сущность и цели маркетинговой деятельности в социальной работе
2. Значение социального эффекта в маркетинговой деятельности, способы его оценки
3. Классификация субъектов социальной работы
4. Виды маркетинговых стратегий в социальной работе
Занятие № 2. Организационно-правовые основы осуществления маркетинга в социальной работе
1. Понятие некоммерческой организации.
2. Организационно-правовые формы субъектов социальной работы и их основные характеристики.
3. Специфика отношений собственности в социальной работе.
4. Тенденции развития социальной сферы в России и за рубежом.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания ответов на семинаре

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания ответов на семинаре
При оценивании ответа на семинаре следует уделять внимание тому, насколько полно раскрыто содержание материала, четко и правильно даны определения, раскрыто ли содержание понятий, верно ли использованы научные термины; использованы ли при ответе ранее приобретенные знания; раскрыты ли в процессе причинно-следственные связи; демонстрируются высокий уровень умения оперировать знаниями, анализировать информацию.
Критерии оценки:
- «отлично» выставляется студенту, если полно раскрыто содержание материала; четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий; верно использованы научные термины; ответ самостоятельный, использованы ранее приобретенные знания; раскрыты причинно-следственные связи; демонстрируются высокий уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию;
- _»хорошо» выставляется студенту, если раскрыто основное содержание материала; в основном правильно даны определения понятий и использованы научные термины; ответ самостоятельный; определения понятий неполные, допущены незначительные нарушения в последовательности изложения; небольшие недостатки при использовании научных терминов; демонстрируются хороший уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию;
- _»удовлетворительно» выставляется студенту, если недостаточно раскрыто основное содержание учебного материала, не последовательно; определения понятий недостаточно четкие; допущены ошибки и неточности в использовании научной терминологии определения понятий; уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию низкий;
- «неудовлетворительно» выставляется студенту, если не раскрыто содержание учебного материала, изложено фрагментарно, определения понятий не четкие; допущены значительные ошибки в использовании научной терминологии определения понятий; уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию очень низкий.

Групповой опрос

Задания по групповому опросу
1. Выделите основные понятия по маркетинговому обеспечению социальной работы.
2. Приведите 2-3 примера проявления социального эффекта в сфере социальной работы.
3. Какова роль маркетинга в повышении результативности деятельности учреждений системы социальной работы?
4. Опишите комплекс некоммерческого маркетинга «7Р» для учреждения системы социальной работы (на выбор).

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания ответов в групповом опросе

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения устного группового опроса

При оценивании ответа при устном групповом опросе следует уделять внимание тому, насколько полно раскрыто содержание вопроса, четко и правильно даны определения, раскрыто ли содержание понятий, верно ли использованы научные термины; использованы ли при ответе ранее приобретенные знания; раскрыты ли причинно-следственные связи; демонстрируются высокий уровень умений оперировать знаниями.

Описание методики оценивания выполнения устного группового опроса: при оценке ответа студента на устный вопрос учитывается: насколько раскрыто содержание темы, структурированность ответа, его логичность, умение формулировать ответ, уровень понимания материала.

Критерии оценки:
«отлично» выставляется студенту, если: в ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.
«хорошо» выставляется студенту, если: основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала.
Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.
«удовлетворительно» выставляется студенту, если: тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное
умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.
«неудовлетворительно» выставляется студенту, если: тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения

Письменный ответ

Задания для письменного ответа
1. Раскройте особенности социальной рекламы.
2. Раскройте сущность некоммерческой рекламы.
3. Выделите общее и особенное общественной рекламы и государственной рекламы.
4. Что включает комплекс некоммерческого маркетинга?
5. Что включает маркетинговая среда?

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания письменного ответа

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения письменного ответа
Описание методики оценивания: при оценке выполнения студентом письменного ответа максимальное внимание следует уделять следующим аспектам: насколько полно в теоретическом вопросе раскрыто содержание материала, четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий; верно использованы научные термины; демонстрируются высокий уровень умения оперировать научными категориям и понятиями, анализировать теоретическую и практическую информацию, владение навыками практической деятельности, приводятся примеры из практики

Критерии оценки:

- **«отлично»** выставляется студенту, если в письменных ответах полно раскрыто содержание материала; четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий; верно использованы научные термины; демонстрируются высокий уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владение навыками практической деятельности;
- **«хорошо»** выставляется студенту, если в письменном ответе раскрыто основное содержание материала; в основном правильно даны определения понятий и использованы научные термины; ответ самостоятельный; определения понятий неполные, допущены незначительные нарушения в последовательности изложения; небольшие недостатки при использовании научных терминов;
- **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если в письменном ответе отражено, только основное, но непоследовательное содержание материала; определения понятий недостаточно четкие; не использованы в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, практических занятий; уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владения навыками практической деятельности невысокий, наблюдаются пробелы и неточности;
- **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если в письменном ответе не изложено основное содержание материала, изложение фрагментарное, не последовательное; определения понятий не четкие; не использованы в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, уровень умения оперировать научными категориями, анализировать информацию, владения навыками практической деятельности очень низкий.

Практическое задание

Практические задания:
1. Разработка оригинального макета информационного стенда для социального учреждения.
2. Разработка проекта «идеального» офиса социального учреждения.
3. Составьте схему маркетинговой среды для учреждения системы социальной работы (по выбору), и охарактеризуйте ее элементы.
4. Создайте пример социальной рекламы (рисунок, плакат, ролик) и подумайте, где она могла бы быть размещена в вашем городе (2-3 локации). Обоснуйте свое мнение.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения кейс-задания

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания выполнения практического задания

Описание методики оценивания: при оценке выполнения практических заданий наибольшее внимание должно быть уделено тому, насколько полно раскрыто содержание материала, четко и правильно даны ли определения, раскрыто содержание понятий, верно ли использованы научные термины, использованы ли аргументированные доказательства, опыт деятельности, использованы ли ранее приобретенные знания, раскрыты ли причинно-следственные связи, насколько высок уровень умения оперирования научными категориями, анализа информации, владения навыками практической деятельности.
Критерии оценки:
- «отлично» выставляется студенту, если задание грамотно проанализировано, установлены причинно-следственные связи, демонстрируются умения работать с источниками информации, владение навыками практической деятельности;
- «хорошо» выставляется студенту, если задание проанализировано, установлены причинно-следственные связи, демонстрируются умения работать с источниками информации, но проявляется не достаточно уверенное владение навыками практической деятельности, но имеет незначительные недочеты;
- «удовлетворительно» выставляется студенту, если задание проанализировано поверхностно, не установлены причинно-следственные связи, демонстрируются слабые умения работать с

источниками информации, неуверенное владение навыками практической деятельности, имеет значительные недочеты;
- «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задание не проанализировано, не установлены причинно-следственные связи, демонстрируется отсутствие умения работать с источниками информации, не сформированы навыки практической деятельности.

Зачет

Зачет является оценочным средством для всех этапов освоения компетенций.

Примерные вопросы к зачету, 3 курс / 6 сессия

1. Сущность и цели маркетинговой деятельности в социальной работе
2. Значение социального эффекта в маркетинговой деятельности, способы его оценки
3. Классификация субъектов социальной работы
4. Виды маркетинговых стратегий в социальной работе
5. Понятие некоммерческой организации.
6. Организационно-правовые формы субъектов социальной работы и их основные характеристики.
7. Специфика отношений собственности в социальной работе.
8. Тенденции развития социальной сферы в России и за рубежом.
9. Внутренняя среда маркетинга социальных учреждений и ее элементы.
10. Факторы внешней макро- и микросреды социальных учреждений.
11. Влияние маркетинговой среды на реализацию концепции маркетингового управления в социальной работе.
12. Характеристика элементов комплекса некоммерческого маркетинга.
13. Понятие рынка социальных услуг.
14. Разработка социальных услуг, их ассортимента, ценообразование.
15. Каналы распределения социальных услуг.
16. Основные средства стимулирования продвижения и реализации социальных услуг.
17. Процесс реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций в социальной работе
18. Понятие, сущность и функции социальной рекламы.
19. Основные виды социальной рекламы и участники процесса ее создания.
20. Роль и место социальной рекламы в системе общественных коммуникаций.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания ответов на зачете

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания ответа на зачете

При оценке ответа на зачете максимальное внимание должно уделяться тому, насколько полно раскрыто содержание материала, четко и правильно даны определения, раскрыто содержание понятий, насколько ответ самостоятельный, использованы ли ранее приобретенные знания, раскрыты ли причинно-следственные связи, насколько высокий уровень умения оперирования научными категориями, анализа информации.
При оценивании зачета учитываются результаты всей практической деятельности студентов в рамках дисциплины в течение семестра. Зачет выставляется при условии правильного выполнения в полном объеме всех заданий.
Критерии оценки:
«зачтено» выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Все задания и практические работы за семестр выполнены полностью без неточностей и ошибок;

«не зачтено» выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент допустил грубые ошибки при выполнении практических работ в семестре или не выполнил задания.

Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме:

6 сессия - зачет.

Проверяемыми на промежуточной аттестации элементами содержания являются темы дисциплины.

Для проверки *знаний* используются вопросы и задания в различных формах.

Умения, навыки (или опыт деятельности) и компетенции проверяются с помощью компетентностно-ориентированных задач (ситуационных, производственных или кейсового характера) и различного вида конструкторов.

Все задачи являются многоходовыми. Некоторые задачи, проверяющие уровень сформированности компетенций, являются многовариантными. Часть умений, навыков и компетенций прямо не отражена в формулировках задач, но они могут быть проявлены обучающимися при их решении.

В каждый вариант включаются задания по каждому проверяемому элементу содержания во всех перечисленных выше формах и разного уровня сложности. Такой формат позволяет объективно определить качество освоения обучающимися основных элементов содержания дисциплины и уровень сформированности компетенций.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Основная учебная литература

1. Организация, управление и администрирование в социальной работе : учеб. для бакалавров / под. ред. Е. И. Холостовой , Е. И. Комарова , О. Г. Прохоровой .— М. : Юрайт, 2011 .— 425 с. — (Бакалавр) .— ISBN 978-5-9916-1363-7 : 270 р. 00 к.
2. Управление в социальной работе : учеб. для акад. бакалавриата / авторский коллектив ; под ред. Е. И. Холостовой, Е. И. Комарова, О. Г. Прохоровой .— 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2019 .— 319 с. — (Бакалавр. Академический курс) .— Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru .— ISBN 978-5-534-01271-2 : 805 р. 91 к.
3. Управление в социальной работе : учебник / под ред. Е.И. Холостовой, Е.И. Комарова, О.Г. Прохоровой. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 300 с. . - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496169
4. Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика : учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с.- URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637

5.2. Дополнительная учебная литература

1. Управление в социальной работе : учеб. пособ. для студ., обуч. по напр. подг. "Соц. работа"(квалиф."бакалавр"), а также работников соц. службы / Е. И. Василенко .— Москва : Дашков и К, 2014 .— 291 с. — (Учебные издания для бакалавров) .— ISBN 978-5-394-0222-8-9 : 139 р. 84 к.

2. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. Л. Н. Оголевой .— Москва : Инфра-М, 2007 .— 237 с. : ил. — (Высшее образование) .— ISBN 978-5-16-000546-1 : 62 р. 00 к.
3. Управление в социальной работе [Электронный ресурс] .— Москва : Дашков и Ко, 2014 .— 300 с. — («Учебные издания для бакалавров») .— ISBN 978-5-394-02028-5 .— <URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135062>.
4. Маркетинговое управление [Электронный ресурс] : учебное пособие / Башкирский государственный университет ; Е.И. Беглова [и др.]; под ред. Е.И. Бегловой .— Уфа : РИЦ БашГУ, 2018 .— Электрон. версия печ. публикации .— Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ .— <URL:https://elib.bashedu.ru/dl/read/Beglova i dr_Marketingovoe upravlenie_up_2018.pdf>.

5.3. Другие учебно-методические материалы

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/.
2. Электронная библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/.
3. Университетская библиотека онлайн biblioclub.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/.
4. Электронная библиотека УУНиТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elib.bashedu.ru/.
5. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rsl.ru/.
6. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://xn--90ax2c.xn--p1ai/viewers/.
7. Национальная платформа открытого образования npoed.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://npoed.ru/.
8. Электронное образование Республики Башкортостан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://edu.bashkortostan.ru/.
9. Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.

Программное обеспечение

1. Справочная Правовая Система "КонсультантПлюс" - Договор №125818-С от 28.04.2026
2. Операционная система Astra Linux - Договор 0301400003023000002 от 14 марта 2023 бессрочно
3. Браузер Google Chrome - Бесплатная лицензия https://www.google.com/intl/ru_ALL/chrome/privacy/eula_text.html
4. LIBREOFFICE - Договор №0301400003023000002 от 14.03.2023 (бессрочный)
5. Pascalabc, PascalABC.NET - Бесплатная лицензия https://pascal-abc.ru, http://pascalabc.net

7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория 12(СГФ)	Для самостоятельной работы	Kyocera km 1635, xerox work centre 5021, колонки, компьютер, мебель, ноутбук, проектор, экран. Программное обеспечение 1. LIBREOFFICE 2. Справочная Правовая Система "КонсультантПлюс" 3. Браузер Google Chrome 4. Операционная система Astra Linux 5. Pascalabc, PascalABC.NET
Аудитория 20. (СГФ)	Для хранения оборудования	Доска, мебель, стенд.
Аудитория 22(СГФ)	Лекционная, Семинарская, Для курсового проектирования, Для консультаций, Для контроля и аттестации	Доска, компьютер, мебель, проектор, стенд, учебно-наглядные пособия, экран. Программное обеспечение 1. LIBREOFFICE 2. Справочная Правовая Система "КонсультантПлюс" 3. Pascalabc, PascalABC.NET 4. Браузер Google Chrome
Аудитория 23(СГФ)	Лекционная, Семинарская, Для консультаций, Для контроля и аттестации	Доска, мебель, проектор, экран.
Аудитория 26(СГФ)	Для хранения оборудования	Компьютер, мебель, мфу, нетбук, учебно-наглядные пособия. Программное обеспечение 1. Справочная Правовая Система "КонсультантПлюс" 2. Операционная система Astra Linux 3. Браузер Google Chrome 4. LIBREOFFICE