



Ярошенко
Алла Олександрівна,
доктор філософських
наук, професор
yaroshenkonpu@gmail.com

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІЗНИХ ГРУП НАСЕЛЕННЯ»

I. Основна мета дисципліни	Полягає у розкритті суті, значення та функцій соціального маркетингу, доведення майбутнім інспекторам з соціальної допомоги комплексу знань, умінь та практичних навиків з маркетингової діяльності соціальних служб, закладів та установ з соціального забезпечення вразливих категорій населення, які необхідні для виконання ними своїх службових обов'язків на відповідному професійному рівні
II. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців	перший (бакалаврський) освітній рівень 232 «Соціальне забезпечення», Освітня програма «Соціальне інспектування» Дисципліни вільного вибору студентів
III. Програмні результати навчання	- здатність до аналізу та синтезу маркетингових процесів з соціального забезпечення різних груп населення; - здатність до застосування інструментарію маркетингових технологій з соціального забезпечення різних груп населення; - здатність до застосування принципів, методів та засобів маркетингу в системі соціального захисту; - здатність усно і письмово спілкування рідною та іноземною мовами; - здатність до аналітичної роботи в професійній діяльності; - здатність до розв'язання професійних проблем та прийняття виважених рішень; - здатність планувати та контролювати процеси професійної діяльності.
IV. Короткий зміст дисципліни	ЗМ 1. Теоретичні засади маркетингу соціального забезпечення різних груп населення Тема 1. Поняття соціального маркетингу Тема 2. Сутність маркетингу соціальних послуг різним групам населення: види діяльності Тема 3. Мета та функції маркетингу соціального забезпечення різних груп населення Тема 4. Ринок соціальних послуг Тема 5. Етапи підготовки, проведення та обробки результатів маркетингового дослідження Тема 6. Маркетингове дослідження потреб у соціальному забезпеченні різних груп населення

V. Назва кафедри та викладацький склад, який буде забезпечувати викладання дисципліни	Кафедра соціальної політики Соціально-правового факультету НПУ імені М.П. Драгоманова Ярошенко Алла Олександрівна, доктор філософських наук, професор
VI. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання дисципліни	На вивчення дисципліни відводиться 3 кредити ЄКТС, 90 год, з яких: лекційних – 12 год., лабораторних – 12 год., самостійної роботи – 66 год.
VII. Основні інформаційні джерела для вивчення дисципліни	Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навч. посіб. / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с. Іляшенко А. Х. Організаційні засади управління маркетинговою діяльністю підприємства//Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 6. – С. 110-113. Іляшенко А. Х. Теоретичні основи маркетингового менеджменту // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 5. – С. 106-111. 41. Клімова І. Г. Розробка ефективної маркетингової стратегії підприємства та управління процесом її реалізації // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 5. – С. 115-118.
VIII. Система оцінювання	Поточний контроль: оцінювання на семінарських заняттях, виконання індивідуальних завдань. Підсумковий контроль: залік у 5 семестрі