АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг и коммуникации в благотворительности

Автор:
Преподаватель кафедры правоведения и практической юриспруденции Красивская А.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
«Филология и перевод» (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать способность под руководством планировать, реализовывать и оценивать проекты в области филантропии и социального предпринимательства, а также сотрудничать в подобных проектах в рамках своей профессиональной деятельности.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Брендинг и маркетинг для некоммерческих организаций	Понятие брендинга и маркетинга. Цели и задачи бренд-менеджера и маркетолога в НКО.
Тема 2	Роль бренда в некоммерческом секторе	Зачем нужен и как создавать бренд НКО.
Тема 3	Meet a Charity (встреча с НКО)	«Лицо» НКО. Инструменты позиционирования НКО при общении с разными аудиториями. Что хотят слышать стейкхолдеры.
Тема 4	Тренды в позиционировании компаний НКО. Примеры международной практики	Разбор историй успеха и неуспеха НКО брендов.
Тема 5	Маркетинг и коммуникационный план для НКО	Пишем маркетинг и коммуникационную стратегию для своего НКО.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий семинарского типа: контроль посещаемости, опроса, разбор кейсов.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (разбор кейсов) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, состоящего из защиты коммуникационного плана НКО (по выбору студента).

Основная литература:

1. М Воронцова И.И. Insights into Marketing. Введение в маркетинг. М., 2012г.