

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Институт общественных наук

Кафедра правоведения и практической юриспруденции

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой правоведения и практической  
юриспруденции

Протокол от «15» мая 2020 г. № 15

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ДВ.01.14.08 Маркетинг и коммуникации в социальном  
предпринимательстве

*(индекс, наименование дисциплины)*

Minor "Основы филантропии и социального предпринимательства"

38.03.02 Менеджмент

*(код, наименование направления подготовки)*

Стратегическое управление компанией (Liberal Arts)

*(направленность(профиль))*

бакалавр

*(квалификация)*

очная

*(форма обучения)*

Год набора - 2021

Москва, 2020 г.

**Автор—составитель:**

Преподаватель кафедры правоведения и практической юриспруденции Бабанская М.И

Заведующий кафедрой правоведения и практической юриспруденции, к.ю.н. Мореева С.Н

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы .....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	4
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	8
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	10
6.1. Основная литература .....	10
6.2. Дополнительная литература .....	10
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. ....	10
6.4. Нормативные правовые документы .....	10
6.5. Интернет-ресурсы.....	11
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	11

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

**1.1.** Дисциплина Б1.В.ДВ.01.14.08 «Маркетинг и коммуникации в социальном предпринимательстве» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикатора:

Код Компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора
СК ОС LA-16	Способен под руководством планировать, реализовывать и оценивать проекты в области филантропии и социального предпринимательства, а также сотрудничать в подобных проектах в рамках своей профессиональной деятельности	СК ОС LA-16.1	Оперировать основными понятиями и категориями социокультурных аспектов благотворительности, правового регулирования сектора НКО, маркетинга, коммуникаций, налогообложения и финансового планирования в благотворительности, основ фандрайзинга, социального предпринимательства, может использовать методы анализа и проектирования в области филантропии и социального предпринимательства.

**1.2.** В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код индикатора компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA-16.1	на уровне знаний: освоение целей, задач маркетинга и коммуникаций социальных бизнес проектов
	на уровне умений: способность выстраивать маркетинговую и коммуникационную стратегию социальных бизнес проектов
	на уровне навыков: анализ и оценка коммуникационных и маркетинговых подходов и методик к решению конкретных задач.

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины по учебному плану составляет 3 ЗЕ, т.е. 108 ак.ч./81 аст.ч, в том числе контактная работа с преподавателем виде практических занятий - 30 ак.ч /22,5 аст часов, на самостоятельную работу обучающихся – 42 ак.ч /31,5 аст часа и 36 ак.ч./27 аст.ч. – экзамен.

— Б1.В.ДВ.01.14.08 «Маркетинг и коммуникации в социальном предпринимательстве», 3 курс, 7 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом;

— дисциплина опирается на теоретические и конкретно-исторические знания, умения и навыки, полученные в результате освоения ряда дисциплин основной образовательной программы.

## 3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.	Форма
-------	------------------	------------------------	-------

	(разделов)	Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<b>Тема 1</b>	Бренд социального предпринимателя	6/4,5			2/1,5		4/3	О
<b>Тема 2</b>	Влияние средств массовой информации на социальные изменения	6/4,5			2/1,5		4/3	О
<b>Тема 3</b>	Использование social и digital media для коммуникационных кампаний	12/9			4/3		8/6	РК
<b>Тема 4</b>	Тренды в позиционировании проектов социального предпринимательства Примеры международной практики	14/10,5			4/3		10/7,5	О
<b>Тема 5</b>	Маркетинг и коммуникационный план социального проекта	32/24			16/12		16/12	РК
<b>Консультация</b>		<b>2/1,5</b>						
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>36/27</b>						<b>Экзамен</b>
<b>Всего:</b>		<b>108/81</b>			<b>28/21</b>		<b>42/31,5</b>	

Примечание: \* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), разбор кейсов (РК).

#### Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
<b>Тема 1</b>	Бренд социального предпринимателя	Цели и задачи бренд-менеджера и маркетолога в социальном предпринимательском проекте.
<b>Тема 2</b>	Влияние средств массовой информации на социальные изменения	СМИ как инструмент и генератор социальных изменений
<b>Тема 3</b>	Использование social и digital media для коммуникационных кампаний	Социальные медиа. Социальная реклама. Цифровые медиа и особенности работы с ними.
<b>Тема 4</b>	Тренды в позиционировании проектов социального предпринимательства Примеры международной практики	Разбор историй успеха и неуспеха брендов социальных предпринимателей.
<b>Тема 5</b>	Маркетинг и	Особенности маркетинг и коммуникационной стратегии

	коммуникационный план социального проекта	для проектов в области социального предпринимательства.
--	---	---

#### 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

##### 4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся, и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.14.08 «Маркетинг и коммуникации в благотворительности» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

— при проведении занятий лекционного типа:

*Занятия лекционного типа по данной дисциплине не предусмотрены.*

— при проведении занятий семинарского типа:

*Контроль посещаемости, разбор кейсов, опрос*

4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):

*Экзамен, состоящий из анализа кейсов*

##### 4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

###### Типовые оценочные материалы по теме 1:

Обсуждение и разбор кейсов по темам:

Цели и задачи бренд-менеджера и маркетолога в социальном предпринимательском проекте.

###### Типовые оценочные материалы по теме 2:

Обсуждение и разбор кейсов по темам:

СМИ как инструмент и генератор социальных изменений. Социальные медиа. Социальная реклама. Цифровые медиа и особенности работы с ними.

###### Типовые оценочные материалы по теме 3:

Разбор кейсов, предложенных преподавателем

###### Типовые оценочные материалы по теме 4:

Обсуждение и разбор кейсов по темам:

Особенности маркетинг и коммуникационной стратегии для проектов в области социального предпринимательства.

###### Типовые оценочные материалы по теме 5:

Разбор историй успеха и неуспеха брендов социальных предпринимателей.

##### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций образовательной программы. Индикаторы и критерии оценивания компетенций

Код Компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора компетенции
СК ОС LA-16	Способен под руководством планировать, реализовывать и	СК ОС LA-16.1	Оперировать основными понятиями и категориями социокультурных аспектов благотворительности, правового регулирования сектора

	оценивать проекты в области филантропии и социального предпринимательства, а также сотрудничать в подобных проектах в рамках своей профессиональной деятельности		НКО, маркетинга, коммуникаций, налогообложения и финансового планирования в благотворительности, основ фандрайзинга, социального предпринимательства, может использовать методы анализа и проектирования в области филантропии и социального предпринимательства.
--	--	--	---

Индикатор оценивания	Критерии оценивания
СК ОС LA-16.1 Оперирует основными понятиями и категориями социокультурных аспектов благотворительности, правового регулирования сектора НКО, маркетинга, коммуникаций, налогообложения и финансового планирования в благотворительности, основ фандрайзинга, социального предпринимательства, может использовать методы анализа и проектирования в области филантропии и социального предпринимательства.	<p>Базовый уровень - знает профессиональную терминологию, основы этики и правового регулирования благотворительной деятельности, типы филантропических практик; знает и понимает специфику устройства и функционирования отечественной и зарубежной инфраструктур благотворительности, уверенно пользуется специальной терминологией; знает и понимает специфику маркетинговых, коммуникационных и фандрайзинговых практик, знает основы налогообложения и финансового планирования в сфере социального проектирования</p> <p>Повышенный уровень - может подготовить паспорт социального проекта, выбрать подходящие к конкретной ситуации маркетинговые, коммуникационные и фандрайзинговые инструменты, может осуществить или выработать рекомендации по оценке эффективности социального проекта, может выбрать оптимальный аналитический продукт, используемый в некоммерческой деятельности.</p>

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

Экзамен, состоящий из анализа кейсов

##### Шкала оценивания

На данном курсе реализуется схема 60/40, где 60 баллов – максимум, который студент может набрать за активную отличную работу во время семестра, 40 баллов – максимум, который студент может получить за отличную работу на экзамене.

Оценка за работу в течение семестра складывается из оценивания активной работы студента на семинарском занятии (в рамках дискуссий, опросов), а также оценивания текущих контрольных заданий (включая тесты, письменные домашние работы, разработку документов, подготовку презентаций и докладов, написание эссе). Окончательное решение о количестве тех или иных форм контрольных заданий принимает преподаватель в зависимости от уровня подготовки группы.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками:

«отлично» – 5,

«хорошо» – 4,

«удовлетворительно» – 3,

«неудовлетворительно» – 2.

Положительными оценками являются: 3–5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в

соответствии с этапом компетенции.

Баллы (рейтингово й оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
100-81	5, «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.
80-61	4, «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
60-41	3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
40-0	2, «неудовлетворительно»,	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

#### 4.4. Методические материалы

Текущий контроль осуществляется с целью мониторинга актуальной ситуации подготовки студентов к этапу промежуточного контроля. Текущий контроль осуществляется в формах: контроля посещаемости, разбора кейсов. Преподаватель отслеживает текущую ситуацию по указанным формам текущего контроля и выносит студентам рекомендации для улучшения качества подготовки к промежуточному контролю.

Промежуточный контроль по курсу осуществляется в форме экзамена.

Экзамен проводится в форме анализа двух кейсов, предложенных преподавателем.

#### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В ходе освоения дисциплины Б1.В.ДВ.01.14.08 «Маркетинг и коммуникации в социальном



предпринимательстве» студенты индивидуально и в группах выполняют письменные и устные задания преподавателя. Во время занятий студенты должны активно участвовать в дискуссиях и разборе кейсов. Они должны выполнять промежуточные контрольные задания, направленные на проверку усвоения теоретической части дисциплины. Итоговая оценка зависит от активной устной работы на занятиях и качественного выполнения контрольных работ.

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных практических занятиях и самостоятельной работы студентов. Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, в виде подготовки эссе, докладов, диспута, опроса.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте учебные материалы, относящиеся к данному занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям (см. п. 6.1. ниже); по возможности, изучите дополнительные источники, указанные в п. 6.2. и 6.6. ниже;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя или самостоятельно;
- если иное специально не оговорено преподавателем, готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Деловая игра (кейс) – это способ рассмотреть реальную ситуацию. Предполагает анализ информации в изучаемом объекте, постановку проблемы, поиск решений, составление (отбор) предлагаемых путей решения проблемы, формирование цели в виде программы (действий). Данный метод привязывает дискуссию к реальным фактам, с которыми участникам игры в той или иной мере доведется иметь дело на практике. Деловая игра позволяет осмыслить механизм и средство решения актуальных проблем, попробовать себя в роли менеджера, руководителя, ответственного за принятие решений. Кейс-метод не ограничивается лишь совместным обсуждением проблемы в учебной аудитории, предполагает реализацию следующих шагов:

- индивидуальную подготовку участников к обсуждению конкретной ситуации (сбор информации) по обсуждаемой проблеме;
- предварительное неформальное обсуждение кейс-ситуации в активной группе одноклассников (однокурсников);
- кейс-обсуждение под руководством преподавателя;
- письменная контрольная работа с использованием кейса.

Подготовка к экзамену

К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину и подготовить паспорт проекта в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1.Основная литература.**

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для академического бакалавриата/ В. Л. Музыкант. — М.: Издательство Юрайт, 2020. <https://biblio-online.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brening-428806>
2. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. — М.: Издательство Юрайт, 2019. <https://biblio-online.ru/book/innovacionnyy-marketing-412942>
3. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — М.: Издательство Юрайт, 2019. <https://biblio-online.ru/book/brend-menedzhment-brening-i-rabota-s-personalom-409647>

### **6.2.Дополнительная литература**

1. Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. <https://biblio-online.ru/book/brening-425989>
2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. <https://biblio-online.ru/book/brend-menedzhment-brening-i-rabota-s-personalom-409647>
3. Маркетинг территорий: учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.]; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М.: Издательство Юрайт, 2019. <https://biblio-online.ru/book/marketing-territoriy-412987>

### **6.3.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.**

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). [http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie\\_o\\_samostoyatelnoi\\_rabote.pdf](http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf)

### **6.4.Нормативные правовые документы**

1. Конституция РФ: [принята 12 дек. 1993г., в ред. от 05 фев. 2014г.] // Российская газета. — 2014. — 06 февраля.
2. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» // СЗ РФ. — 20.03.2006. — № 12. — Ст. 1232.
3. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» // Российская газета. — № 32. — 08.02.1992.
4. Федеральный закон от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» // СЗ РФ. — 1996. — № 3. — Ст. 145.
5. Федеральный закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» // СЗ РФ. — 1995. — № 33. — Ст. 3340.
6. Федеральный закон от 19 мая 1995 г. № 82-ФЗ «Об общественных объединениях» // СЗ РФ. — 1995. — № 21. — Ст. 1930.

7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // СЗ РФ. — 1994. — № 32. — Ст. 3301.
8. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ // СЗ РФ. — 1996. — № 5. — Ст. 410.
9. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ // СЗ РФ. — 2006. — № 52. — Ч. 11. Ст. 5496.
10. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ // СЗ РФ. — № 31. — 03.08.1998. — Ст. 3824.
11. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ // СЗ РФ. — № 32. — 07.08.2000. — Ст. 3340.

#### **6.5. Интернет-ресурсы**

1. <http://www.nnir.ru/> - Российская национальная библиотека
2. [www.nns.ru /](http://www.nns.ru/) - Национальная электронная библиотека
3. [www.rsi.ru /](http://www.rsi.ru/) - Российская государственная библиотека

#### **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

*Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.*

Аудитории с компьютерным и проекционным оборудованием для демонстрации презентаций.

*Требования к программному обеспечению общего пользования.*

Необходимы проектор и ноутбук для демонстрации презентаций, а также устойчивый источник интернета для пользования сервисами онлайн-библиотек.