АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг и коммуникации в социальном предпринимательстве

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	Бренд социального предпринимателя	Цели и задачи бренд-менеджера и маркетолога в социальном предпринимательском проекте.
Тема 2	Влияние средств массовой информации на социальные изменения	СМИ как инструмент и генератор социальных изменений
Тема 3	Использование social и digital media для коммуникационных кампаний	Социальные медиа. Социальная реклама. Цифровые медиа и особенности работы с ними.
Тема 4	Тренды в позиционировании проектов социального предпринимательства Примеры международной практики	Разбор историй успеха и неуспеха брендов социальных предпринимателей.
Тема 5	Маркетинг и коммуникационный план социального проекта	Особенности маркетинг и коммуникационной стратегии для проектов в области социального предпринимательства.

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, 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 анализа кейсов.

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, 2019. https://biblio-online.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brending-428806

2. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. 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, 2018. https://biblio-online.ru/book/brend-menedzhment-brending-i-rabota-s-personalom-409647