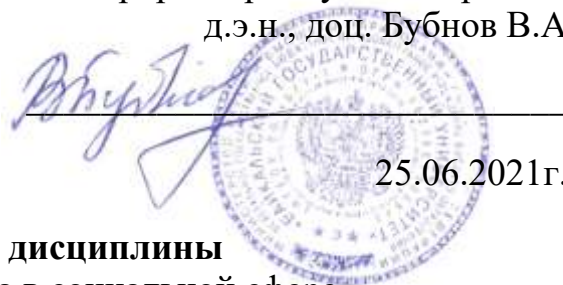


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



25.06.2021г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.Э.3. Маркетинг и реклама в социальной сфере

Направление подготовки: 39.03.02 Социальная работа
Направленность (профиль): Организация социальной работы с разными
группами населения
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	4	4
Семестр	42	42
Лекции (час)	14	18
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	14	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	80	90
Курсовая работа (час)		
Всего часов	108	108
Зачет (семестр)	42	42
Экзамен (семестр)		

Иркутск 2021

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 39.03.02
Социальная работа .

Автор О.В. Тарабан

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
социологии и психологии

Заведующий кафедрой Е.В. Зимина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование способности к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам посредством освоения теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации маркетинговой работы в организациях социальной сферы

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-7	Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-7 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы	З. знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам У. умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам Н. способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Элективная дисциплина.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Методы исследования в социальной работе", "Основы деятельности некоммерческих организаций", "Опыт организации социальной работы за рубежом"

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед., 108 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
--------------------	-----------------------------	-------------------------------

Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	14	18
Практические (сем, лаб.) занятия	14	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	80	90
Всего часов	108	108

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы	42	2		18		Дискуссия по теме "Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы"
2	Социальный маркетинг	42	4		18		Контрольная работа по темам "Социальный маркетинг" "Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы"
3	Процесс и система маркетинга	42	4		18		Доклад по теме "Процесс и система маркетинга"
4	Социальная реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций	42	4		18		Творческое задание по теме "Социальная реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций"
5	Маркетинговые исследования	42	4		18		Контрольная работа по теме "Маркетинговые исследования"
	ИТОГО		18		90		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы	42	2	2	16		Дискуссия по теме "Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы"
2	Социальный маркетинг	42	4	4	16		Контрольная работа по темам "Социальный маркетинг" "Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы"
3	Процесс и система маркетинга	42	2	2	16		Доклад по теме "Процесс и система маркетинга"
4	Социальная реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций	42	4	4	16		Творческое задание по теме "Социальная реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций"
5	Маркетинговые исследования	42	2	2	16		Контрольная работа по теме "Маркетинговые исследования"
	ИТОГО		14	14	80		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы	Сущность маркетинга как вида деятельности. Этапы развития маркетинга. Принципы маркетинга. Виды маркетинга. Цели и концепции маркетинга. Маркетинг как социальная техника. Специфика маркетинга в социальной работе. Технологии маркетинговой деятельности в социальной сфере.
2	Социальный маркетинг	Сущность и предназначение социального маркетинга. Социальный и социально-этичный маркетинг (Ф. Котлер). Инструменты социального маркетинга. Этапы осуществления социального маркетинга. Возможности социального маркетинга в решении задач социальной работы.
3	Процесс и система маркетинга	Понятие и классификация маркетинговой среды. Понятие и типология потребностей. Социальная услуга как особый вид

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		товара. Характеристики рынков и особенности рынка социальных услуг. Сегментация и позиционирование на рынке социальных услуг. Определение целевой аудитории.
4	Социальная реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций	Цели маркетинговых коммуникаций. Формы коммуникаций. Этапы разработки форм коммуникаций. Объект и предмет социальной рекламы; ее виды и структуру; ее место, роль и функции в решении социальных проблем. Сравнительная характеристика социальной и коммерческой рекламы. Планирование социальной рекламной кампании. Принципы формирования рекламного бюджета. Креатив в социальной рекламе. Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций.
5	Маркетинговые исследования	Понятие и предназначение маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Система маркетинговой информации. Методы сбора маркетинговой информации. Этапы маркетингового исследования. Общие проблемы и направления исследований влияние когнитивных реакций на эффективность социальной рекламы.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Темы для собеседования приведены в ФОС.
2	Социальный маркетинг. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Контрольная работа по темам 1-2
3	Процесс и система маркетинга. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Выступление студентов с докладами.
4	Социальная реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Творческое задание по теме.
5	Маркетинговые исследования. Занятия проводятся в форме семинара по углублению знаний с элементами дискуссии. Контрольная работа.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы	ПК-7	<p>З.знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У.умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>Н.способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы</p>	<p>Дискуссия по теме "Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы"</p>	<p>Участие в дискуссии требует предварительной подготовки дома. Участие в обсуждении 10 вопросов по теме оценивается в 20 баллов. (Каждый вопрос по 2 балла) (20)</p>
2	2. Социальный маркетинг	ПК-7	<p>З.знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У.умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения</p>	<p>Контрольная работа по темам "Социальный маркетинг" "Место маркетинговой деятельности в системе социальной работы"</p>	<p>Задания 1-3 оцениваются по 5 баллов. Задание 4 содержит 10 тестовых вопросов, только один правильный ответ, оценивается до 10 баллов. (25)</p>

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			<p>внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>Н.способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы</p>		
3	3. Процесс и система маркетинга	ПК-7	<p>З.знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У.умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>Н.способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы</p>	Доклад по теме "Процесс и система маркетинга"	Публичное выступление на семинаре. сопровождается презентацией. (10)
4	4. Социальная реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций	ПК-7	З.знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения	Творческое задание по теме "Социальная реклама как инструмент маркетинговых	Полнота ответа (ответ дан с учетом рассуждения по всем вопросам) –

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			<p>внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У. умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>Н. способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы</p>	коммуникаций"	12 баллов; качество анализа (глубина и аргументированность рассуждения, опора на теоретический материал) – 10 баллов; язык изложения (логичное и последовательное изложения, грамотное использование терминологии) – 3 балла. (25)
5	5. Маркетинговые исследования	ПК-7	<p>З. знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p> <p>У. умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам</p>	Контрольная работа по теме "Маркетинговые исследования"	<p>Ответ на каждый вопрос оценивается в 5 баллов. Критерии оценивания ответа: максимальная оценка выставляется при условии, что ответ на вопрос: правилен, полон, аргументирован; частично правильный либо неполный ответ оценивается в 2 балла; неправильный ответ не оценивается (20)</p>

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			Н.способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы		
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 42.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Тест содержит 10 вопросов. Правильный ответ только один. Каждый вопрос оценивается в 3 балла..

Компетенция: ПК-7 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Знание: знает особенности подготовки информационных материалов для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам

1. Виды маркетинга.
2. Виды маркетинговых исследований.
3. Возможности социального маркетинга в решении задач социальной работы.
4. Инструменты социального маркетинга.
5. Креатив в социальной рекламе.
6. Маркетинг как социальная техника.
7. Методы сбора маркетинговой информации.
8. Объект и предмет социальной рекламы, ее роль и функции в решении социальных проблем.
9. Определение целевой аудитории
10. Планирование социальной рекламной кампании.
11. Понятие и классификация маркетинговой среды.
12. Понятие и предназначение маркетинговых исследований.
13. Понятие и типология потребностей.
14. Принципы маркетинга.

15. Принципы формирования рекламного бюджета.
16. Сегментация и позиционирование на рынке социальных услуг.
17. Система маркетинговой информации.
18. Социальная услуга как особый вид товара.
19. Социальный и социально-этичный маркетинг (Ф. Котлер).
20. Специфика маркетинга в социальной работе.
21. Сравнительная характеристика социальной и коммерческой рекламы.
22. Сущность и предназначение социального маркетинга.
23. Сущность маркетинга как вида деятельности.
24. Технологии маркетинговой деятельности в социальной сфере
25. Характеристики рынков и особенности рынка социальных услуг.
26. Цели и концепции маркетинга.
27. Цели и формы маркетинговых коммуникаций.
28. Этапы маркетингового исследования.
29. Этапы осуществления социального маркетинга.
30. Этапы развития маркетинга.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Соответствие ответа вопросу (в случае полного несоответствия вопрос вообще не учитывается и оценивается в 0 баллов) 10 баллов. Полнота ответа (его исчерпывающий характер) 10 баллов. Глубина ответа (наличие примеров, характеризующих понимание рассматриваемого вопроса, взаимосвязи теории и практики, знание дополнительного внеучебного материала) 10 баллов. Логика изложения, четкая структура ответа, научный стиль 5 баллов..

Компетенция: ПК-7 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Умение: умеет разрабатывать информационные материалы для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам

Задача № 1. Выделите и опишите основные целевые сегменты социальной услуги

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Творческое задание. Полнота ответа (ответ дан с учетом рассуждения по всем вопросам) – 15 баллов; качество анализа (глубина и аргументированность рассуждения, опора на теоретический материал) – 15 баллов; язык изложения (логичное и последовательное изложения, грамотное использование терминологии) – 5 балла..

Компетенция: ПК-7 Способен к подготовке информационных материалов для средств массовой информации, социальных сетей и публичных выступлений для привлечения внимания общества к актуальным социальным проблемам, информирования населения о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Навык: способен подготавливать информационные материалы о направлениях реализации и перспективах развития социальной работы

Задание № 1. Проведите позиционирование социальной услуги по предложенным критериям

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)	Направление - 39.03.02 Социальная работа Профиль - Организация социальной работы с разными группами населения Кафедра социологии и психологии Дисциплина - Маркетинг и реклама в социальной сфере
---	---

БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Выделите и опишите основные целевые сегменты социальной услуги (35 баллов).
3. Проведите позиционирование социальной услуги по предложенным критериям (35 баллов).

Составитель _____ О.В. Тарабан

Заведующий кафедрой _____ Е.В. Зими́на

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. [Голуб О.Ю. Социальная реклама \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / О.Ю. Голуб. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 178 с. — 978-5-394-02019-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57123.html>](http://www.iprbookshop.ru/57123.html)
2. [Маркетинг в отраслях и сферах деятельности \[Электронный ресурс\] : учебник / В.Т. Гришина \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 446 с. — 978-5-394-02263-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60439.html>](http://www.iprbookshop.ru/60439.html)
3. [Синяева И.М. Маркетинг услуг \[Электронный ресурс\] : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 252 с. — 978-5-394-02723-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60442.html>](http://www.iprbookshop.ru/60442.html)

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации. допущено УМО по образованию в обл. коммерции и маркетинга. учебное пособие для вузов/ В. П. Тихомиров [и др.].- СПб.: Питер, 2013.-288 с.
2. Иган Д. Джон, Egan J. John, Лалаян Е. С. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. учеб. для вузов. Relationship marketing. Exploring relational strategies in marketing. рек. Учеб.-метод. центр "Профессиональный учебник". 2-е изд./ Джон Иган.- М.: ЮНИТИ, 2008.-363 с.
3. Татаринов К. А. Константин Анатольевич, Полякова Н. В. Маркетинг: курс лекций, тесты, задачи и кейсы. учеб. пособие/ К. А. Татаринов.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2008.- 196 с.

4. Лашкова Е. Г., Куценко А. И. Маркетинг: практика проведения исследований. учеб. пособие для вузов. допущено УМО по образованию в обл. коммерции/ Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко.- М.: Академия, 2008.-240 с.
5. Романов А. А. Андрей Александрович, Поляков В. А. Владимир Александрович, Синяева И. М. Инга Михайловна Маркетинговые коммуникации. учебник для вузов. рек. УМО вузов России по образованию в обл. маркетинга/ А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков.- М.: Вузовский учебник, 2012.-383 с.
6. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг. учеб. пособие. практикум/ под ред. Т. Д. Бурменко.- М.: КноРус, 2010.-424 с.
7. Алексунин В. А., Родигина В. В. Электронная коммерция и маркетинг в интернете. учеб. пособие. 3-е изд./ В. А. Алексунин, В. В. Родигина.- М.: Дашков и К, 2008.-214 с.
8. Токарский Б.Л. Маркетинговое обеспечение социальной работы .- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2013.- 49 с.// URL: 31025.doc
9. [Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — 978-5-394-01664-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75219.html](http://www.iprbookshop.ru/75219.html)
10. [Маркетинговые коммуникации \[Электронный ресурс\] : методические рекомендации / . — Электрон. текстовые данные. — Орск: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, Орский гуманитарно-технологический институт \(филиал\) Оренбургского государственного университета, 2013. — 38 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/51551.html](http://www.iprbookshop.ru/51551.html)
11. [Сенаторов А.А. Контент-маркетинг \[Электронный ресурс\] : стратегии продвижения в социальных сетях / А.А. Сенаторов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 160 с. — 978-5-9614-5526-7. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/58557.html](http://www.iprbookshop.ru/58557.html)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: <http://elibrary.ru/>. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации
- Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент», адрес доступа: <http://www.ecsoman.edu.ru>. доступ неограниченный
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании.

Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в

качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание докладов;
- подготовка к семинарам;
- выполнение творческого задания.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий