

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Факультет педагогічної освіти та соціальної роботи
Кафедра соціальної роботи та педагогіки вищої школи

СИЛАБУС
вибіркової навчальної дисципліни
Менеджмент і маркетинг соціальних послуг
підготовки Магістра
спеціальності 231 Соціальна робота
освітньо-професійної програми
Соціальна робота

Силабус навчальної дисципліни «МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ» підготовки магістра, галузі знань 23 Соціальна робота, спеціальності 231 Соціальна робота, за освітньо-професійною програмою Соціальна робота.

Розробник: Колосок А. М., доцент кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи, к.е.н., доцент

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи протокол № 3 від вересня 2020 р.

Завідувач кафедри: .



ернета С. Ю.

І. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна/зачона форма навчання	23 Соціальна робота 231 Соціальна робота Соціальна робота Магістр	Вибіркова
Кількість годин/кредитів ECTS 150/5		Рік навчання 2
		Семестр 3-ий
		Лекції 20/8 год.
		Практичні (семінарські) 20/12 год. Лабораторні 0/0 год. Індивідуальні 0/0 год.
		Самостійна робота 112/ год.
ІНДЗ: <u>немає</u>		Консультації 18/ год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання		українська

ІІ. Інформація про викладача (-ів)

Колосок Андрій Мирославович, к.е.н., доцент, доцент кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи, kolosok.andrew@eenu.edu.ua, В-307

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

ІІІ. Опис дисципліни

1. Анотація курсу. «Менеджмент та маркетинг соціальних послуг» – сучасна дисципліна, яка допомагає розвинути ефективні підходи при здійсненні будь-яких дій стосовно відповідних організацій соціальної сфери. А сучасний стан соціального захисту населення в Україні та необхідність вирішення соціальних проблем актуалізують значення дисципліни «Менеджмент та маркетинг соціальних послуг» в житті суспільства, її впливу на соціальний розвиток держави в цілому.

2. Пререквізити. «Економічна теорія», «Маркетинг», «Менеджмент».

3. Мета і завдання навчальної дисципліни. «Менеджмент і маркетинг соціальних послуг» – інтенсивний практикум, що формує універсального фахівця, який здатен розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі соціальної роботи або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

4. Результати навчання (компетентності).

Цілі навчання.

– підготовка висококваліфікованого фахівця, здатного професійно застосовувати на практиці сучасні технології маркетингу та менеджменту у сфері надання соціальних послуг;

– формування компетентностей та здатностей використовувати набуті знання та вміння у професійній (викладацькій, освітній, виховній, науково-дослідницькій, аналітичній, консультативній, комунікативній, організаційно-методичній, соціальній) діяльності;

– формування готовності вирішувати актуальні проблеми соціальної роботи та надання соціальних послуг.

Ефект навчання щодо знань

- основні поняття і категорії менеджменту та маркетингу соціальних послуг (ЗК1, СК9);

- методи забезпечення ефективності управління організацією соціальної сфери (ЗК3, ЗК4, СК5, СК14);
- методи планування діяльності соціального закладу (ЗК2, ЗК7, ЗК8, СК4, СК10);
- сутність, види та типи маркетингових досліджень ринку соціальних послуг, методи маркетингового аналізу (ЗК5, СК1, СК8);
- методичні підходи до вивчення маркетингової діяльності соціальних закладів (ЗК5, СК2, СК11);
- сутність маркетингової цінової політики на соціальні послуги (ЗК7, СК6, СК12);
- цілі та засоби комунікативної політики соціальних закладів (ЗК9, СК3, СК7, СК13).

Ефект навчання щодо вмінь

- здійснювати стратегічне та оперативне планування діяльності закладів соціальної сфери (ЗК2, ЗК8, СК4, СК7, СК10, СК14).
- розробляти та здійснювати заходи маркетингових досліджень ринку соціальних послуг і ринку праці (ЗК5, СК3);
- організовувати маркетингову діяльність соціальних закладів (ЗК6, ЗК7, ЗК10, СК8);
- здійснювати аналіз та планування маркетингової діяльності соціальних закладів (ЗК1, СК1, СК2,);
- формувати асортимент соціальних послуг та визначати його ефективність (ЗК3, СК6, СК11);
- визначати оптимальний метод ціноутворення на соціальні послуги та здійснювати розрахунок ціни соціальної послуги (ЗК3, СК6, СК12);
- розробляти план комунікативної діяльності соціальних закладів (ЗК4, ЗК9, СК5, СК9, СК13);

Ефект навчання щодо суспільних та особистісних компетенцій

- вивчати міжособистісні відносини, взаємозв'язки в соціальному закладі та їхній вплив на суспільство і навпаки (ЗК1, ЗК9, СК3, СК1);
- співвідношення проблем суспільства із проблемами розвитку соціального закладу (ЗК5, ЗК9, СК2, СК13);
- спілкуватися із представниками різних професійних груп задля створення умов розвитку закладу соціальної сфери (ЗК9, ЗК10, СК4, СК5, СК9).

5. Структура навчальної дисципліни.

Схема курсу денної/заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього годин денна/заочна ¹	Методи та технології викладання (навчання)	Форма контролю ³ .	Бал оцінювання
Змістовий модуль 1. Менеджмент соціальних послуг				
Тема 1. Теоретичні засади менеджменту соціальних послуг	4/2	метод круглого столу / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365 ² .	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Тема 2. Система управління соціальною роботою	4/2	лекція-диспут / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Тема 3. Соціальний захист населення як форма реалізації державної соціальної політики	4/2	імітаційні вправи / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Тема 4. Суб'єкти надання соціальних послуг	4/2	метод круглого столу / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Тема 5. Система управління якістю соціальних послуг	4/2	лекція-диспут / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Разом за модулем 1	20/10	Тести, контрольна робота		30
Змістовий модуль 2. Маркетинг соціальних послуг				

Тема 6. Сутність маркетингу соціальних послуг	4/2	ділові ігри / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Тема 7. Соціально-етичний маркетинг в сфері підприємництва	4/2	метод круглого столу / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Тема 8. Зарубіжний досвід маркетингу соціальних послуг	4/2	метод круглого столу / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Тема 9. Соціальний та маркетинговий аналіз проекту	4/2	бізнес тренінги / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Тема 10. Інформаційне забезпечення управління маркетингом соціальних послуг	4/2	лекція-диспут / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання.	4
Разом за модулем 2	20/10	Тести, контрольна робота		30
Разом	40/20		Максимальна оцінка балів.	100

Примітки: ¹ Всього годин лекцій і практичних занять. ² / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365 – може застосовуватися одна з форм навчання або симбіоз у формі он-лайн лекцій для студентів з індивідуальним планом навчання або заочної форми навчання, а також для студентів, які мають пропуски з поважних причин. ³ / Форма контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

6. Завдання для самостійного опрацювання.

Відео 1. Аліна Халецька. Соціальний менеджмент та розвиток територій. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=1p4pJW4K7yk>

Відео 2. Кравченко Е.Ю. Соціальний менеджмент. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=Xy5Lbu3DIok>

Відео 3. Вебінар з основ проектного менеджменту: активізація соціального служіння у

громадах. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=B06xN82Zo0o>

Відео 4. Грантові можливості для соціального підприємництва. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=Mm82Pk1MSnQ>

Відео 5. Сергій Сошинський про соціальний маркетинг. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=jwJbshQsLU8>

Відео 6. Тенденції соціального маркетингу — Наталія Попович, Наталя Ольберт-Сінько. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=ybw64b1utCI>

Відео 7. Соціальна робота. Вебінар. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=n-eSrOnqjrk>

Відео 8. Гейміфікація як елемент освітнього маркетингу. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=SpBsG0b5dzg>

Відео 9. Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації. URL:

https://www.youtube.com/watch?v=y_4gep4DdEc

Відео 10. Діджитал маркетинг. Цільова аудиторія. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=RgUgpTpSWOc>

Відео 11. Маркетинг для новачків. Основи. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=kl9ie-Tmg0>

Відео 12. Маркетинг. Основні поняття маркетингу. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=1E4eERUEpL8>

Відео 13. Основи Digital Маркетингу (Освітній вебінар). URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=bxKQakkAptk>

Відео 14. Творчий підхід до маркетингу та створення нових смислів. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=BK8tqv6i1cs>

Відео 15. Слет социальных предпринимателей. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=VwgZpfhYNQc>

IV. Політика оцінювання

Політика щодо академічної доброчесності.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені.

Студентам потрібно пройти безкоштовний курс академічної доброчесності в університеті

<https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/>

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Шкала оцінювання

Оцінювання курсу денної/заочної форми навчання

Вид заняття	Аудиторне навантаження			Самостійна робота	Консультації
	Лекції	Практичні заняття	Модульний контроль		
Форма контролю	Відвідування занять	Усне опитування, ситуаційні завдання, розв'язування задач	Тести, контрольна робота	Письмова самостійна робота	Онлайн-консультування
Бал оцінювання	Не оцінюється	40	60	0	0

Оцінка в балах	Оцінка	Критерії оцінювання
90 – 100	Відмінно	Студент опрацював цілий курс згідно програми, оперує основними поняттями та вміє їх застосовувати на практиці, здобув компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності
82 – 89	Дуже добре	Студент опрацював цілий курс згідно програми, оперує основними поняттями, проте може застосувати більшість положень на практиці, здобути компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності з незначними помилками
75 - 81	Добре	Студент опановує 80–90 % курсу згідно програми, оперує більшістю основних понять та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності
67 -74	Задовільно	Студент опановує 60-70% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з незначними помилками
60 - 66	Достатньо	Студент опановує 60% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою лектора
1 – 59	Незадовільно	Студент опановує 60% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, не розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою лектора

V. Підсумковий контроль

Форма підсумкового контролю успішності навчання – залік, який складають студенти в період заліково-екзаменаційної сесії, передбаченої навчальним планом. Максимальна оцінка 60 балів. Залік проводиться згідно розкладу.

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 536 с.
2. Воронкова Г. В. Маркетинг соціальних послуг : навчальний посібник. Київ : Видавничий дім «Професіонал», 2008. 576 с.
3. Колбіна Л. А. Менеджмент соціальної роботи : навчальний посібник. Одеса : видавець Букаєв В. В., 2017. 406 с.
4. Мороз І. В. Менеджмент і маркетинг освіти: навчально- методичний посібник. Київ: Освіта України, 2006. 144 с.
5. Песоцька О. П., Дєдов Є. Г. Менеджмент соціальної роботи : навчальний посібник. Луганськ : Альма-матер, 2012. 110 с.
6. Тимошко Г. М. Менеджмент соціальної роботи : навчальний посібник. Ніжин : ПП Лисенко М. М., 2011. 307 с.

Додаткова

1. Акинфиева Н.В., Беликова Т.В. Социальный менеджмент: учебно-методическое пособие. Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. 92 с.
2. Андрущенко В. П. Соціальна робота. Менеджмент соціальної роботи: навч. посібник. Київ : ДЦССН, 2003. 276 с.
3. Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. Социальный менеджмент: учебно-методический комплекс. Москва: Изд. Центр ЕАОИ, 2008. 116 с.
4. Комарова Е. И., Войтенко А. И. Социальный менеджмент: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Москва : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. 288 с.
5. Лукашевич М. П., Туленков М. В. Менеджмент соціальної роботи: навч. посібник. Київ: Каравела, 2007. 296 с.
6. Попов С. Г. Социальный менеджмент: учебное пособие. Москва: «Ось-89», 2009. 163 с.
7. Храбатин О. І., Яворська Л. В. Маркетинг: навчальний посібник. Київ : Видавництво, 2014. 284 с
8. Шендеровський К. Менеджмент соціальної роботи: посібник. Київ : Главник, 2007. 207 с.

Інтернет-ресурси

1. Масюк О. П. Інституціональні виклики менеджменту соціальної роботи. *Соціальна робота в Україні : теорія і практика*. 2016. №1-2. С. 150-158. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DO WNLOAD=1&Image_file_name=PDF/srutip_2016_1-2_18.pdf (дата звернення: 02.09.2020).
2. Возна Ю. Формування управлінських якостей майбутніх фахівців соціальної сфери в процесі вивчення курсу «Менеджмент соціальної роботи». *Молодь і ринок*. 2017. №12 (155). С. 68-72. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DO WNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Mir_2017_12_13.pdf (дата звернення: 02.09.2020).

3. Забарна Е. М., Ваннік К. О. Формування проблеми соціального маркетингу сучасності. *Ефективна економіка*. 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3606> (дата звернення: 02.09.2020).
4. Приходько А. Ф. Маркетинг соціальних послуг. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія ІІ : Соціологія. Соціальна робота. Соціальна педагогіка. Управління*, 2014. Вип. 19. С. 173-178. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_011_2014_19_28 (дата звернення: 02.09.2020).
5. Соціальний маркетинг. URL: https://stud.com.ua/78100/marketing/sotsialniy_marketing#14 (дата звернення: 02.09.2020).
6. Шимко О. В. Соціальний маркетинг як інструмент соціально-економічного розвитку суспільства. *Фінансова система України. Наукові записки. Серія «Економіка»*. 2010. Випуск 14. С.297-304. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/6777/1/36.pdf> (дата звернення: 02.09.2020).
7. Entrepreneurship Development by University Of Calicut. URL: <http://www.universityofcalicut.info/syl/EntrepreneurshipDevelopment279.pdf> (дата звернення: 02.09.2020).

Викладач

А.М. Колосок