

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Социальный факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И РАБОТА С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра социальных и информационных технологий

Образовательная программа: 39.04.02 Социальная работа

Профиль подготовки:

Социально-проектный менеджмент

Уровень высшего образования:

магистратура

Форма обучения:

очная

Статус дисциплины:

вариативная

Махачкала, 2018

Рабочая программа дисциплины «Социальный маркетинг и работа с общественностью» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа (уровень магистратура) утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 апреля 2015 года № 369

Разработчик: кафедра социальных и информационных технологий:
Айгубов С.З., к.ф.-м.н., доцент,
Лугуева А.С., к.ф.-м.н., доцент.

*Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры социальных и информационных технологий
от « 29 » мая 2018г., протокол № 10
Зав. кафедрой _____ Айгубов С.З.
(подпись)*

*на заседании Учебно-методической комиссии социального факультета
от « 25 » июня 2018г., протокол № 11
Председатель УМС _____ доц. Абдусаламова Р.А.
(подпись)*

*Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением « _____ » 2018 г. _____
(подпись)*

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Социальный маркетинг и работа с общественностью» относится к вариативной части дисциплин по выбору ОПОП магистратуры по направлению подготовки 39.04.02 – «Социальная работа» и опирается на знания, полученные при изучении курсов «Социология», «Психология», «Теория социальной работы», «История социальной работы», «Теории и практики социальных коммуникаций».

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2, ПК-5, ПК-6

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме доклада, реферата, подготовки слайдов и их презентация и промежуточный контроль в форме зачета

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе 72 академических часа по видам учебных занятий

Семестр	Учебные занятия				Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе				
	Контактная работа обучающихся с преподавателем			СРС, в том числе экзамен	
	Всего	из них			
		Лекции	Практические занятия		
А	18	4	14	54	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Социальный маркетинг и работа с общественностью» - приобретение знаний об основах маркетинга и специфику маркетинга в социальной сфере как отдельной дисциплины, получение представлений о маркетинге как отдельной категории социальной сферы, изучение основ функционирования маркетинга в социальной сфере.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Социальный маркетинг и работа с общественностью» относится к вариативной части дисциплин по выбору ОПОП магистратуры по направлению подготовки 39.04.02 – «Социальная работа». Дисциплины, зна-

ние которых необходимо для изучения курса данной дисциплины: «Философия», «Социология», «Психология», «Теория социальной работы», «История социальной работы», «Теории и практики социальных коммуникаций». Содержание курса актуализируется в последующем в рамках дисциплин: «Технология социальной работы», «Деонтология социальной работы», «Современные теории социального благополучия», «Социальная работа в группах» и т.д.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-2	Способность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом специфики исследования теории и практики социальной работы	<i>знает:</i> технологии составления и оформления научно-технической документации, научных отчетов и результатов исследовательской работы с учетом специфики исследования теории и практики социальной работы <i>умеет:</i> использовать научный категориальный аппарат в процессе исследования социальной сферы <i>владеет:</i> способностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом специфики исследования теории и практики социальной работы
ПК-5	Способностью привлекать и использовать ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства	<i>знает:</i> ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства <i>умеет:</i> использовать технологии для осуществления практической, профессиональной деятельности по реализации социально-психологических технологий в социальной работе <i>владеет:</i> навыками применения технологий для приобретения и использования в профессиональной деятельности социальной работы психосоциальных технологий работы с клиентами
ПК-6	Способностью к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов	<i>знает:</i> основные методы, для получения необходимой информации; <i>умеет:</i> использовать теоретические знания в практической деятельности; <i>владеет:</i> способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использованию в практической деятельности новых знаний и умений, в том числе в областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности.

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу магистрантов и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	КСР		
Модуль 1. Сущность и содержание концепции социального маркетинга								Формы текущего контроля: устные опросы, тестирование, устные опросы, реферат, доклады Форма промежуточной аттестации: контрольная работа
1	Тема 1. Особенности маркетинга социальной сферы	9	1-4	1	4		14	
2	Тема 2. Технологии маркетинговых исследований в социальной сфере	9	5-8	1	4		12	
Итого по модулю 1:			1-8	2	8		26	
Модуль 2. Реализация маркетинга в социальной сфере								Формы текущего контроля: устные опросы, реферат, доклады, Форма промежуточной аттестации: контрольная работа
5.	Тема 1. Формирование концепции маркетинга в социальной сфере	9	9-12	1	2		14	
6.	Тема 2. Маркетинговые стратегии социальных служб	9	13-16	1	4		14	
Итого по модулю 2:			9-16	2	6		28	
Итого:				4	14		54	72

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. Сущность и содержание концепции социального маркетинга

Тема 1. Особенности маркетинга социальной сферы

Специфические особенности маркетинговой среды социальных объектов. Состав маркетинговой среды социальных субъектов. Возможности использования маркетинга в социальной сфере. Основные различия между коммерческим и некоммерческим маркетингом. Технология предоставления социальных услуг, финансируемых государством.

Тема 2. Технологии маркетинговых исследований в социальной сфере

Сущность маркетинговых исследований в некоммерческом секторе. Виды маркетинговых исследований. Программа маркетингового исследования. Методы реализации маркетинговых исследований. Организация социологического обследования. Информационные системы социального маркетинга. Организация социологического обследования.

Модуль 2. Реализация маркетинга в социальной сфере

Тема 1. Формирование концепции маркетинга в социальной сфере

Стратегия и тактика маркетинга в социальной сфере. Различные мнения относительно маркетинговых услуг. Разделение услуг на типы. Вертикальный и вторичный маркетинг. Построение и функционирование комплекс маркетинга в социальной сфере. Прогнозирование и планирование маркетинга. Модели принятия маркетинговых решений.

Тема 2. Маркетинговые стратегии социальных служб

Формирование маркетинговой ориентации организаций социальной сферы. Факторы, препятствующие утверждению маркетинговых стратегий на российском рынке услуг. Стратегический маркетинг в социальной сфере. Основные цели, задачи, фазы стратегического маркетинга. Анализ внешней и внутренней среды. Постановка целей и выбор рыночной стратегии на рынке социальных услуг. Позиционирование на рынке социальных услуг. Внедрение маркетинговой концепции управление организации.

Темы практических занятий

Модуль 1. Сущность и содержание концепции социального маркетинга

Тема 1. Особенности маркетинга социальной сферы

Содержание семинарского занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование студентов по пройденному материалу – 15 мин.

2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия – 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
3. Обсуждение со студентами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.
4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Специфические особенности маркетинговой среды социальных объектов.
2. Состав маркетинговой среды социальных субъектов.
3. Основные различия между коммерческим и некоммерческим маркетингом.

Тема 2. Технологии маркетинговых исследований в социальной сфере

Содержание семинарского занятия:

5. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование студентов по пройденному материалу – 15 мин.
6. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия – 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
7. Обсуждение со студентами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.
8. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Сущность и виды маркетинговых исследований в некоммерческом секторе
2. Программа маркетингового исследования
3. Методы реализации маркетинговых исследований

Модуль 2. Реализация маркетинга в социальной сфере

Тема 1. Формирование концепции маркетинга в социальной сфере

Содержание семинарского занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование студентов по пройденному материалу – 15 мин.
2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия – 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
3. Обсуждение со студентами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.

4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Стратегия и тактика маркетинга в социальной сфере
2. Вертикальный и вторичный маркетинг
3. Прогнозирование и планирование маркетинга
4. Модели принятия маркетинговых решений

Тема 2. Маркетинговые стратегии социальных служб

Содержание семинарского занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование студентов по пройденному материалу – 15 мин.
2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия – 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
3. Обсуждение со студентами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.
4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Факторы, препятствующие утверждению маркетинговых стратегий на российском рынке социальных услуг
2. Основные цели, задачи, фазы стратегического маркетинга в деятельности организаций социальной сфере.
3. Анализ внешней и внутренней среды

5. Образовательные технологии

В течение курса на лекционных занятиях студенты изучают теоретический материал.

Практические занятия представлены в форме семинарских занятий (закрепление пройденного материала в виде дискуссий, обсуждение тематических статей из профильных периодических изданий) и практикумов (выполнение диагностических методик, решение кейсовых задач, разбор ситуаций в формате деловой игры).

В процессе освоения студентом данного курса преподавателем используются презентационные материалы, оформленные в специализированных программных продуктах и представляемые студенту с помощью проекционного оборудования.

При изучении дисциплины предусмотрено применение информационных технологий: использование комплекса презентаций по курсу.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Система университетского образования состоит из лекционных и практических занятий, а также самостоятельной работы студента.

Самостоятельная работа студента выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя и реализуется непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях и семинарских занятиях, а также вне аудитории – в библиотеке, на кафедре, дома и т.д.

Самостоятельная работа студента должна занимать не менее половины учебного времени и подразделяется на аудиторную и внеаудиторную. Аудиторная самостоятельная работа студента осуществляется на лекционных и семинарских занятиях в форме выполнения различных заданий и научных работ. Внеаудиторная самостоятельная работа студента традиционно включает такие виды деятельности, как *проработка ранее прослушанного лекционного материала, изучение исторического источника, конспектирование программного материала по учебникам, подготовка доклада, выполнение реферата, поиск наглядного материала, выполнение предложенных преподавателем заданий в виртуальной обучающей системе в режиме on-line и т.д.*

Самостоятельная работа студента должна быть ориентирована на поиск и анализ учебного и научного материалов для подготовки к устному выступлению на семинарском занятии и обсуждения заранее заданных и возникающих в ходе занятия вопросов, написания доклада и научной работы.

Эффективность и конечный результат самостоятельной работы студента зависит от умения работать с научной и учебной литературой, историческими источниками и информацией в сети Интернет по указанным адресам.

Подготовку к семинару следует начинать с внимательного ознакомления с методическими рекомендациями и планом предстоящего занятия. Затем необходимо изучить соответствующую тему по рекомендованным преподавателем учебной и научной литературе и первоисточникам, подобрать подходящую информацию в сети Интернет. Значительно облегчит поиск подходящей литературы систематическое посещение Научной библиотеки ДГУ, которая располагает подробным поисковым каталогом, значительным фондом разнохарактерной литературы и доступом в сеть Интернет, в том числе предоставляет доступ ко многим известным электронным учебным и научным ресурсам.

Преподаватель задаёт направление самостоятельной работе студента и осуществляет систематический контроль за ней. Результаты самостоятельной работы студента оцениваются по бальной системе.

Темы, виды и содержание самостоятельной работы по дисциплине

Темы	Виды и содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Особенности маркетинга социальной сферы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проработка конспекта лекций; 2. Поиск и анализ дополнительной литературы 	Устный опрос
Технологии маркетинговых исследований в социальной сфере	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Подготовка к семинарскому занятию по теме, составление конспекта. 	Устный опрос
Формирование концепции маркетинга в социальной сфере	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Аналитический разбор и конспектирование источников по данной теме. 	Тестирование
Маркетинговые стратегии социальных служб	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Подготовить реферат по теме. 	Устный опрос

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК-2	<p>знает: технологии составления и оформления научно-технической документации, научных отчетов и результатов исследовательской работы с учетом специфики исследования теории и практики социальной работы</p> <p>умеет: использовать научный категориальный аппарат в процессе исследования социальной сферы</p> <p>владеет: способностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом специфики исследо-</p>	Лекции, практические занятия

	вания теории и практики социальной работы	
ПК-5	<p><i>знает:</i> ресурсы государства, бизнеса и общественных организаций для решения проблем социального благополучия на основе принципов и технологий реализации современного социального партнерства</p> <p><i>умеет:</i> использовать технологии для осуществления практической, профессиональной деятельности по реализации социально-психологических технологий в социальной работе</p> <p><i>владеет:</i> навыками применения технологий для приобретения и использования в профессиональной деятельности социальной работы психосоциальных технологий работы с клиентами</p>	Лекции, практические занятия Индивидуальная работа
ПК-6	<p><i>знает:</i> основные методы, для получения необходимой информации;</p> <p><i>умеет:</i> использовать теоретические знания в практической деятельности;</p> <p><i>владеет:</i> способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использованию в практической деятельности новых знаний и умений, в том числе в областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности.</p>	Лекции, практические занятия

7.2. Типовые контрольные задания

Формы контроля при изучении дисциплины «Социальный маркетинг и работа с общественностью»: текущий контроль, промежуточный контроль по модулю, итоговая аттестация по дисциплине.

По результатам текущего и промежуточного контроля составляется академический рейтинг студента по каждому модулю и выводится средний рейтинг по всем трем модулям.

Текущий контроль – все виды аудиторной и внеаудиторной работы студентов по данному дисциплинарному модулю, результаты которой оцениваются до промежуточного контроля.

Промежуточный контроль – это проверка полноты знаний по освоенному материалу дисциплинарного модуля.

Итоговая аттестация – это подведение итогов текущей работы и промежуточных контролей по дисциплинарным модулям.

По результатам итоговой аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в дисциплинарных модулях, выставляется дифференцированная отметка в принятой системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по данной дисциплине.

Дисциплинарный модуль (ДМ) – относительная часть учебной дисциплины, по окончании изучения которой осуществляется промежуточный контроль знаний студентов. Количество дисциплинарных модулей определяется в зависимости от содержания и трудоемкости дисциплины.

Текущий контроль включает оценку:

- посещения занятий
- активного участия на семинарских занятиях
- текущего контрольного тестирования
- написания, оформления и защиты рефератов (докладов)

Темы рефератов и докладов.

1. Стратегические различия между маркетингом для компаний и маркетингом населения
2. Социальные основы маркетинга
3. Особенности построения маркетинговой службы
4. Основные маркетинговые идеи и концепции
5. Информационное обеспечение маркетинговых решений
6. Методы прогнозирования в маркетинговой деятельности
7. Маркетинг в сфере услуг
8. Особенности маркетинга социальной сферы

Перечень вопросов к форме контроля по дисциплине «Социальный маркетинг и работа с общественностью»

1. Сущность социальной работы
2. Основные проблемы в социальной работе
3. Понятия и особенности маркетинга в социальной сфере
4. Концепции развития маркетинга
5. Специфика маркетинга сферы услуг (стратегии управления обслуживанием)
6. Стратегии планирования и развития маркетинга в социальной сфере
7. Маркетинговая сфера предприятия социальной сферы
8. Этапы и программа маркетингового исследования
9. Методы маркетингового исследования

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Формы контроля при изучении дисциплины «Научно-методическое обеспечение деятельности социальных служб»: текущий контроль, промежуточный контроль по модулю, итоговая аттестация по дисциплине.

По результатам текущего и промежуточного контроля составляется академический рейтинг студента по каждому модулю и выводится средний рейтинг по всем модулям.

Текущий контроль – все виды аудиторной и внеаудиторной работы студентов по данному дисциплинарному модулю, результаты которой оцениваются до промежуточного контроля.

Промежуточный контроль – это проверка полноты знаний по освоенному материалу дисциплинарного модуля.

Итоговая аттестация – это подведение итогов текущей работы и промежуточных контролей по дисциплинарным модулям.

По результатам итоговой аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в дисциплинарных модулях, выставляется дифференцированная отметка в принятой системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по данной дисциплине.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Божук С. Г., Маслова Т. Д. Развитие инструментария социально-ответственного маркетинга [//http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3947](http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3947)
2. Инновационное развитие отраслей социальной сферы : монография / С.А. Шавель, В.Р. Шухатович, О.Н. Ображей и др. ; под общ. ред. С.А. Шавель ; Национальная академия наук Беларуси, Институт социологии. - Минск : Беларуская навука, 2017. - 349 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-985-08-2184-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484076>
3. Малофеев, И.В. Услуги в системе социального обслуживания: теория и практика : монография / И.В. Малофеев изд. ООО Издательство «Социальное обслуживание»; учред. Межрегиональная общественная организация «Ассоциация работников социальных служб» // Профессиональная библиотека работника социальной службы. Серия "Теоретико-методологические и концептуальные основы социального обслуживания" - 2013. - № 6. - С. 5-193: табл. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436807>
4. Технология социальной работы : учебник / Е.И. Холостова, Л.И. Кононова, Г.И. Климантова и др. ; под ред. Е.И. Холостовой, Л.И. Кононовой. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 478 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02011-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453495>

б) дополнительная литература:

1. Привалова, Г.Ф. Управление социальными системами: учебное пособие / Г.Ф. Привалова ; Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет культуры и искусств», Институт социально-культурных технологий, Кафедра социальной педагогики. - Кемерово : КемГУКИ, 2014. - 220 с. : схем. - ISBN 978-5-8154-0283-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275516>

2. Соловьёва, В.Н. Государственная политика в сфере социальной защиты населения / В.Н. Соловьёва. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 86 с. - ISBN 978-5-905785-63-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86575>
3. Социальная работа : учебное пособие / Н.Ф. Басов, В.М. Басова, С.В. Бойцова и др. ; под ред. Н.Ф. Басова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 352 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 342-345. - ISBN 978-5-394-02424-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253961>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. <http://elib.dgu.ru/?q=node/876> - Научная библиотека ДГУ
2. <http://www.book.ru> – Электронная система BOOK.RU
3. <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система IPRBOOKSHOP
4. <http://ibooks.ru> - Электронно-библиотечная система IBOOKS.RU
5. <http://www.biblio-online.ru> – Издательство «Юрайт»
6. <http://books.google.com> - Интернет каталогу общемирового книжного фонда Google Books
7. <http://www.socrabotnik.ru/> Информационно-образовательный портал по социальной работе. Сайт для желающих легко и доступно получить любую актуальную научно-теоретическую информацию по социальной работе.
8. Электронная библиотека учебников по социальной работе <http://studentam.net/content/category/1/8/12/>

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Перечень учебно-методических изданий, рекомендуемых студентам, для подготовки к занятиям представлен в разделе «Учебно-методическое обеспечение. Литература».

Для успешного освоения курса студентам рекомендуется проводить самостоятельный разбор материалов семинарских занятий в течении семестра. В случае затруднений в понимании и освоении каких-либо тем решать дополнительные задания из учебных пособий, рекомендуемых к данному курсу.

Такие виды учебно-познавательной деятельности студента как лекции, семинарские, лабораторные занятия и самостоятельная работа составляют систему вузовского образования.

Лекция является главным звеном дидактического цикла обучения в отечественной высшей школе. Несмотря на развитие современных технологий и появление новых методик обучения лекция остаётся основной формой учебного процесса. Она представляет собой последовательное и систематическое изложение учебного материала, разбор какой-либо узловой проблемы. Вузовская лекция ориентирована на формирование у студентов информативной основы для последующего глубокого усвоения материала методом самостоятельной работы, призвана помочь студенту сформировать собственный взгляд на ту или иную проблему.

При изучении дисциплины рекомендуется рейтинговая технология обучения, которая позволяет реализовать комплексную систему оценивания учебных достижений студентов. Текущие оценки усредняются на протяжении семестра при изучении модулей. Комплексность означает учет всех форм учебной и творческой работы студента в течение семестра.

Рейтинговый балл студента на каждом занятии зависит от его инициативности, качества выполненной работы, аргументированности выступления, характера использованного материала и т.д. Уровень усвоения материала напрямую зависит от внеаудиторной самостоятельной работы, которая традиционно такие формы деятельности, как выполнение письменного домашнего задания, подготовка к разбору ранее прослушанного лекционного материала, подготовка доклада и выполнение реферата.

Для успешного освоения курса студентам рекомендуется проводить самостоятельный разбор материалов семинарских занятий в течении семестра. В случае затруднений в понимании и освоении каких-либо тем решать дополнительные задания из учебных пособий, рекомендуемых к данному курсу.

Рекомендуется самостоятельно повторять материал, пройденный во время лекций с подробным разбором.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Информационные средства обучения: электронные учебники, учебные фильмы по тематике дисциплины, презентации, интерактивные учебные и наглядные пособия, технические средства предъявления информации (многофункциональный мультимедийный комплекс) и контроля знаний (тестовые системы). Электронные ресурсы Научной библиотеки ДГУ: ЭБС «Айбукс», ЭБС «Юрайт», ресурсы издательства Шпрингер, мультимедийный научно-популярный портал «Чердак», цифровой контент NathiTrust, портал Национальной электронной библиотеки *неб.рф*, Интернет каталог Google, электронно-образовательные ресурсы Дагестанского государственного университета

Для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие: пакеты для решения задач 1. Microsoft Office? 2. Statistica 6.1

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Лекционная аудитория № 5, оборудованная многофункциональным мультимедийным комплексом (Acer 1024-768), видеомонитор, звукоусиливающее оборудование, персональный компьютер Intel(R) Celeron(R) CPU B820 @ 1.70GHz ОЗУ 4ГБ.