

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Жуйкова Татьяна Валерьевна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 06.04.2026 19:48:22  
Уникальный программный идентификатор:  
d3b13764ec715c944271e8630f1e6d3513421163

Министерство просвещения Российской Федерации  
Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)  
Федерального государственного автономного образовательного учреждения  
высшего образования  
«Уральский государственный педагогический университет»

Социально-гуманитарный факультет  
Кафедра социальной работы, управления и права

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.01.05 «МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ»**

Направление подготовки	39.03.02 Социальная работа
Профили подготовки	Управление и предпринимательство в социальной сфере
Автор	Т.Ю. Основина, к. пед. н., доцент

Одобрена на заседании кафедры социальной работы, управления и права. Протокол от 02 марта 2026 г. № 8.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности методической комиссией социально-гуманитарного факультета.  
Протокол от 05 марта 2026 г. № 8.

Нижний Тагил  
2026

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** является формирование системных знаний о содержании и методах маркетинга, овладение технологиями и навыками маркетинговых действий в социальной сфере.

### **Задачи дисциплины:**

- 1) осмысление основных подходов и концепций маркетинга, описывающих разные методические и содержательные подходы к его осуществлению,
- 2) выработке навыков и умений маркетинговых действий, помочь в выработке навыков практических маркетинговых исследований в социальной организации,
- 3) овладению специальными методами маркетинга, изучение возможностей каждого из методов при оказании социальных услуг,
- 4) развитие профессионального потенциала, обуславливающего эффективность маркетинга социальных услуг.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

«Маркетинг социальных услуг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений подготовки бакалавров по направлению 39.03.02 Социальная работа как составная часть Профессионального модуля.

Содержание программы обусловлено вводным и, одновременно, базовым характером дисциплины в процессе формирования маркетинговой компетентности будущего специалиста в сфере социальной работы. «Маркетинг социальных услуг» изучается на втором курсе. Студенты не имеют основ знаний по курсу, так как в общеобразовательной школе изучение маркетинга не предусмотрено.

«Маркетинг социальных услуг» имеет связь с целым рядом дисциплин модулей «Методический модуль», «Предметно-содержательный модуль», в рамках которых осуществляется становление профессиональных компетенций.

## 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Дескрипторы
УК2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК 1.2. Знает основные положения нормативных правовых документов, относящихся к сфере профессиональной деятельности	Знает: основные положения нормативных правовых документов, относящихся к сфере профессиональной деятельности
		Умеет: использовать нормативно-правовые документы, относящихся к сфере профессиональной деятельности
	ИУК 2.2. Умеет определять конкретные задачи в рамках поставленной цели и выбирает оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Владеет: трактовкой нормативных, правовых документов, относительно к сфере профессиональной деятельности
		Знает: оптимальные способы решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
		Умеет: определять конкретные задачи в рамках поставленной цели и выбирает оптимальные способы их

		решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
		Владеет оптимальными способами решения правовых ситуаций исходя из имеющихся ресурсов и ограничений
	ИУК 2.3. Выбирает способы решения задач с учетом этических норм, принятых в обществе	Знает способы решения задач с учетом этических норм, принятых в обществе
		Умеет: Выбирать способы решения задач с учетом этических норм, принятых в обществе
		Владеет: этическими нормами, принятыми в обществе
ОПК-2. Способен описывать социальные явления и процессы на основе анализа и обобщения профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов	ИОПК 2.1. Знает описание социальных явлений и процессов на основе анализа и обобщения профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов	Знает: суть концепций профессиональной деятельности как социального явления
		Умеет: использовать профессиональную информацию, научные теории, концепции и актуальные подходы концепций в практической деятельности
		Владеет: навыками использования аналитических данных для описания явлений концепций профессиональной информации, научных теорий, концепций и актуальных подходов
	ИОПК 2.2. Умеет анализировать и обобщать профессиональную информацию, научные теории, концепции и актуальные подходы	Знает: научные теории, концепции и актуальные подходы концепций
		Умеет: анализировать и обобщать профессиональную информацию, научные теории, концепции и актуальные подходы
		Владеет: навыками анализа и обобщения профессиональной информации, научных теорий, концепции актуальные подходов концепций
	ИОПК 2.3. Способен предлагать собственное видение профессиональной информации, научных теорий, концепций	Знает: суть концепций и истории соц. работы как социального явления
		Умеет: предлагать собственное видение профессиональной информации, научных теорий, концепций
		Владеет: собственным анализом профессиональной информации, научных теорий, концепций
ПК-4 – к с другими специалистами, учреждениями и сообществами по оказанию помощи в преодолении трудной	ИПК 4.1. Знает способы организации комплексного взаимодействия с другими специалистами, учреждениями, организациями и сообществами по оказанию помощи в преодолении трудной ситуации гражданина и мер по предупреждению ее ухудшения	Знает: способы организации комплексного взаимодействия с другими специалистами, учреждениями и сообществами по оказанию помощи
		Умеет: предлагать компоненты социальных программ и проектов, направленных на оказание помощи в преодолении трудной жизненной ситуации гражданина и мер по предупреждению ее ухудшения
		Владеет: анализом социальных

жизненной ситуации гражданина и мер по предупреждению ее ухудшения		программ и проектов, совместно с другими специалистами, учреждениями, организациями направленными на оказание помощи в преодолении трудной жизненной ситуации гражданина и мер по предупреждению ее ухудшения
	ИПК 4.2. Умеет организовывать комплексное взаимодействие с другими специалистами, учреждениями, организациями и сообществами по оказанию помощи в преодолении трудной жизненной ситуации гражданина и мер по предупреждению ее ухудшения	Знает: как организовывать комплексное взаимодействие с другими специалистами, учреждениями, организациями
		Умеет: организовывать комплексное взаимодействие с другими специалистами, учреждениями, организациями
		Владеет: навыками анализировать социальные программы и проекты, направленные на организацию комплексного взаимодействия с другими специалистами-ми, учреждениями, организациями и сообществами по оказанию помощи в пре-одолении трудной жизненной ситуации гражданина и мер по предупреждению ее ухудшения
ИПК 4.3. Владеет умениями по организации комплексного взаимодействия с другими специалистами, учреждениями, организациями и сообществами по оказанию помощи в преодолении трудной жизненной ситуации гражданина и мер по предупреждению ее ухудшения	Знает: как организовывать комплексное взаимодействие с другими специалистами, учреждениями, организациями	
	Умеет: организовывать комплексное взаимодействие с другими специалистами, учреждениями, организациями	
	Владеет: навыками анализировать социальные программы и проекты, направленные на организацию комплексного взаимодействия с другими специалистами-ми, учреждениями, организациями и сообществами по оказанию помощи в пре-одолении трудной жизненной ситуации гражданина и мер по предупреждению ее ухудшения	

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Вид работы	Форма обучения
	очная
	бсеместр
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	4 з.е.
Контактная работа, в том числе:	<b>50</b>
Лекции	20
Практические занятия	30
Самостоятельная работа, в том числе:	94
Подготовка к зачету с оценкой	9
	Форма обучения

Вид работы	заочная
	6 семестр
<b>Общая трудоемкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>4 з.е.</b>
<b>Контактная работа</b> , в том числе:	<b>12</b>
Лекции	4
Практические занятия	8
<b>Самостоятельная работа</b> , в том числе:	<b>132</b>
Подготовка к зачету с оценкой	9

#### 4.2. Учебно- тематический план (очная форма)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактная работа		Самост. работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практ. занятия		
Основные этапы эволюции маркетинга. Понятие маркетинга социальных услуг и его основные категории. Цели, задачи и принципы маркетинга.	20	2	4	14	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий, тест
Маркетинговая среда организации. Вспомогательные системы маркетинга.	20	2	4	14	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий
Маркетинговое исследование.	24	4	6	14	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий, тест
Маркетинговые мероприятия. Реклама.	24	4	6	14	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий
Виды маркетинга. Специфика маркетинговых действий.	24	4	6	14	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий, тест
Самомаркетинг.	28	4	4	20	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий
Подготовка к зачету	9			9	
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>94</b>	

#### Учебно- тематический план (заочная форма)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактная работа		Самост. работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практ. занятия		
Основные этапы эволюции маркетинга. Понятие маркетинга социальных услуг и его основные категории. Цели, задачи и принципы маркетинга.	22	2		20	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий, тест
Маркетинговая среда организации.	22				Обсуждение вопросов

Вспомогательные системы маркетинга.		2		20	ПЗ, выполнение тренировочных заданий
Маркетинговое исследование.	22		2	20	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий, тест
Маркетинговые мероприятия. Реклама.	22		2	20	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий
Виды маркетинга. Специфика маркетинговых действий.	22		2	20	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий, тест
Самомаркетинг.	25		2	23	Обсуждение вопросов ПЗ, выполнение тренировочных заданий
Подготовка к зачету	9			9	
<b>Всего по дисциплине</b>	144	4	8	132	

### 4.3. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Основные этапы эволюции маркетинга. Понятие маркетинга социальных услуг и его основные категории. Цели, задачи и принципы маркетинга.**

Условия и предпосылки возникновения маркетинга. Понятие маркетинга. Понятие маркетинга социальных услуг. Основные категории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок. Основная концепция маркетинга. Макро и микро цели маркетинга. Аналитические, производственные, распределительно-сбытовые и управленческие функции маркетинга.

#### **Тема 2. Маркетинговая среда организации. Вспомогательные системы маркетинга**

Контролируемые и неконтролируемые факторы. Микросреда социальной организации: поставщики, посредники, клиентура (потребительский рынок, рынок производителей, промежуточных продавцов, государственных учреждений, международный рынок), конкуренты, контактные аудитории. Макросфера: демография среды, экономическая среда, природная среда, научно-техническая среда, политическая среда, культурная среда. Система планирования. Стратегическое планирование. Общая схема деятельности специалиста выполняющего маркетинговые функции.

#### **Тема 3. Маркетинговое исследование.**

План маркетинга. Схема и средства маркетинговых коммуникаций. Маркетинговая информация. Маркетинговые исследования. Этапы маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования – наблюдение (произвольное, включенное), опрос, анкетирование, фокус-группа, панель и др. Маркетинговый отчет. Презентация маркетингового исследования.

#### **Тема 4. Маркетинговые мероприятия. Реклама.**

Сегментирование. Позиционирование. Брендинг. Система маркетингового контроля: контроль годовых планов, контроль прибыльности, контроль структуры и сущности персонала, контроль востребованности персонала. Реклама как средство коммуникации на

рынке труда. Виды рекламы. Содержание и этапы процесса рекламы. Разработка программы рекламной деятельности.

### **Тема 5. Виды маркетинга. Специфика маркетинговых действий.**

Основные виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, демаркетинг, противодействующий, некоммерческий маркетинг, маркетинг услуг, маркетинг в социальной сфере. Понятие услуги. Основные свойства услуги как товара. Классификация услуг. Методы согласования спроса и предложения социальных услуг. Ценообразование услуг. Продвижения социальных услуг. Цели и планирование маркетинга социальных услуг. Развитие маркетинга социальных услуг. Понятие некоммерческого маркетинга. Особенности некоммерческого маркетинга. Социальная реклама. Маркетинг социальных организаций. Общественное мнение как продукт некоммерческого маркетинга. Маркетинг идей. Общественный маркетинг. Планирование действий маркетинга персонала.

### **Тема 6. Самомаркетинг.**

Имидж. Фирменный стиль. Сущность и этапы самомаркетинга. Методы самомаркетинга. Технологии самопрезентации. Виды самопрезентаций. Резюме кандидата. Технологии взаимодействия с работодателем.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### ***Основная:***

1. Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 448 с. — ISBN 978-5-394-02263-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93346>
2. Малофеев, И. В. Социальные услуги в системе социального обслуживания населения : учебное пособие / И. В. Малофеев. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 176 с. — ISBN 978-5-394-02420-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93283> .

### ***Дополнительная:***

1. Маркетинг [Электронный ресурс] : электронное учебное пособие. - Электрон. текстовые дан. - Нижний Новгород : Нижегородский институт менеджмента и бизнеса, 2001. - : цв., зв. - Систем. требования: Pentium 166 МГц, ОЗУ 32 мб, CD-ROM 24x, Video 2Мб, Win.
2. Маслова, Т. Д. Маркетинг [Текст] : [для студ., обучающихся по спец. 060800 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»] / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. - Изд. 2-е, доп. - Санкт-Петербург : Питер, 2008. - 397 с
3. Основы маркетинга [Текст] : учеб. пособие / Урал. гос. юрид. акад. МО РФ ; сост. М. С. Суменков , сост. С. М. Суменков. - Екатеринбург : Издательство Уральской государственной юридической академии, 2000. - 114 с.
4. Перцовский, Н. И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов : словарь / Н. И. Перцовский. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03041-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/110739> .
5. Пугачёв В.П. Планирование персонала организации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пугачёв В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011.— 236 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13151> .

6. Федыко В. П. Основы маркетинга [Текст] : учеб. пособие для вузов / В. П. Федыко, Н. Г. Федыко ; под общ. ред. В. П. Федыко и И. И. Саввиди. - Изд. 3-е, доп. и перераб. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. - 479 с.

7. Федыко, В. П. Основы маркетинга: 100 экзаменационных вопросов [Текст] / В. П. Федыко, Н. Г. Федыко. - Ростов-на-Дону : МарТ, 2001. - 446 с.

8. Федыко, Валерий Павлович. Основы маркетинга: экзаменационные ответы [Текст] : [пособие для студ. вузов] / В. П. Федыко, Н. Г. Федыко ; под общ. ред. В. П. Федыко, И. И. Саввиди. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 382 с.

9. Хруцкий, В. Е. Современный маркетинг [Текст] : Настольная книга по исследованию рынка : [учеб. пособие для вузов гуманитарного профиля и учреждений доп. образования] / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. - Изд. 3-е, перераб. и доп. - Москва : Финансы и статистика, 2005. – 559 с.

### *Интернет-ресурсы*

1. Библиотека Гумер – гуманитарные науки: <http://www.gumer.info> .
2. Библиотека Ихтика [ihtik.lib.ru]: <http://ihtik.lib.ru/>
3. Докусфера — Российская национальная библиотека: <http://leb.nlr.ru>
4. ЕНИП — Электронная библиотека «Научное наследие России»: <http://e-heritage.ru/> .
5. Интелрос. Интеллектуальная Россия: <http://www.intelros.ru/>
6. Национальная электронная библиотека НЭБ: <http://www.rusneb.ru>
7. Неприкосновенный запас: <http://magazines.russ.ru/nz/>
8. Президентская библиотека: <http://www.prlib.ru>
9. Российская государственная библиотека: <http://www.rsl.ru/>
10. Российская национальная библиотека: <http://www.nlr.ru/poisk/>

### **5.2. Электронные образовательные ресурсы, в т.ч. профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

<a href="https://www.ntspi.ru/library/directories_and_files/web_res/systems/">https://www.ntspi.ru/library/directories_and_files/web_res/systems/</a>	Электронно-библиотечные системы НТГСПИ
<a href="https://www.ntspi.ru/library/directories_and_files/web_res/systems/libraris/">https://www.ntspi.ru/library/directories_and_files/web_res/systems/libraris/</a>	Электронные базы данных НТГСПИ
<a href="https://www.ntspi.ru/library/periodika/">https://www.ntspi.ru/library/periodika/</a>	Периодика НТГСПИ
<a href="https://iprmedia.ru">https://iprmedia.ru</a>	ЭБС «Ай Пи Эр Медиа»
<a href="https://ibooks.ru">https://ibooks.ru</a>	ЭБС «Айбукс»
<a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a>	ЭБС Юрайт
<a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>	ЭБС издательства «ЛАНЬ»
<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>	«КонсультантПлюс»
<a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>	НЭБ «КиберЛенинка»
<a href="https://polpred.ru">https://polpred.ru</a>	ООО «Полпред-Справочники» (база данных)
<a href="https://eivis.ru">https://eivis.ru</a>	ООО «ИВИС»
<a href="http://www.delpress.ru">www.delpress.ru</a>	«Деловая пресса»

### **5.3. Комплект программного обеспечения**

1. Среда электронного обучения «Русский Moodle» (<https://do.ntspi.ru>).
2. Интернет-платформа онлайн-курсов со свободным кодом «Open edX» (<https://www.edx.org/>).
3. Интернет-платформа онлайн-курсов «Открытое образование» (<https://openedu.ru/>).
4. Электронная информационно-образовательная среда (<https://eios.rsvpu.ru/>).
5. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».
6. Microsoft Office.
7. Kaspersky Endpoint Security.
8. Adobe Reader.
9. Free PDF Creator.
10. 7-zip (<http://www.7-zip.org/>).
11. LibreOffice.
12. Браузеры Firefox, Яндекс.Браузер.

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Помещения**

Помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

### **6.2. Оборудование и технические средства обучения**

#### **6.2.1. Оборудование, в т.ч. специализированное**

Стационарный компьютер или ноутбук, проектор для показа слайдов и видео, акустические колонки.

#### **6.2.2. Технические средства обучения**

Презентации лекций, видео-презентации, видео-лекции, учебные кинофильмы, аудиозаписи, онлайн-платформы.

#### **6.2.3. Учебные и наглядные пособия**

Печатные и электронные учебные пособия и наглядный материал: графические изображения, схемы, таблицы, раздаточный материал.