

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

СИЛАБУС
нормативної 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 № 2 від 15 вересня 2021 р.

Завідувач кафедри: _____ Чернета 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	Нормативна
Кількість годин/кредитів ECTS 120/4		Рік навчання 2
		Семестр 3-ий
		Лекції 14/6 год.
		Практичні (семінарські) 18/6 год. Лабораторні 0/0 год. Індивідуальні 0/0 год.
		Самостійна робота 80/94 год.
ІНДЗ: <u>немає</u>		Консультації 8/14 год.
		Форма контролю: екзамен/
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. Метою вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг соціальних послуг» є: формування у здобувачів освіти цілісного уявлення про галузеву систему менеджменту і маркетингу; опанування принципів, методів і технології управління у соціальній сфері в ринкових умовах.

Завдання навчальної дисципліни:

- 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.

4. Результати навчання (компетентності).

Навчальна дисципліна спрямована на формування інтегральної компетентності (ІНТ): здатність 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.

Ефект навчання щодо загальних компетентностей

- ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК2. Здатність розробляти і управляти проектами.
- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК6. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК7. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК8. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК9. Навички міжособистісної взаємодії.

Ефект навчання щодо фахових компетентностей

- ФК2. Здатність до виявлення соціально значимих проблем і факторів досягнення соціального благополуччя різних груп населення.
- ФК3. Здатність професійно діагностувати, прогнозувати, проектувати та моделювати соціальні ситуації.
- ФК4. Здатність до впровадження методів і технологій інноваційного практикування та управління в системі соціальної роботи.
- ФК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (експертами з інших галузей/видів економічної діяльності), налагоджувати взаємодію державних, громадських і комерційних організацій на підґрунті соціального партнерства.
- ФК6. Здатність до оцінки процесу і результату професійної діяльності та якості соціальних послуг.
- ФК10. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість задля вирішення соціальних проблем через упровадження соціальних інновацій.
- ФК14. Здатність до ефективного менеджменту організації у сфері соціальної роботи.

Ефект щодо програмних результатів навчання

- ПРК2. Демонструвати ініціативу, самостійність, оригінальність, генерувати нові ідеї для розв'язання завдань професійної діяльності.
- ПРК3. Самостійно будувати та підтримувати цілеспрямовані, професійні взаємини з широким колом людей, представниками різних спільнот і організацій, аргументувати, переконувати, вести конструктивні переговори, результативні бесіди, дискусії, толерантно ставитися до альтернативних думок.
- ПРАіВ1. Розв'язувати складні задачі і проблеми, що потребують оновлення й інтеграції знань в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог.
- ПРАіВ2. Критично оцінювати результати наукових досліджень і різні джерела знань про практики соціальної роботи, формулювати висновки та рекомендації щодо їх впровадження.
- ПРАіВ3. Збирати та здійснювати кількісний і якісний аналіз емпіричних даних.
- ПРАіВ4. Самостійно й автономно знаходити інформацію необхідну для професійного зростання, опановувати її, засвоювати та продукувати нові знання, розвивати професійні навички та якості.
- ПРАіВ5. Автономно приймати рішення в складних і непередбачуваних ситуаціях.
- ПРАіВ6. Розробляти критерії та показники ефективності професійної діяльності, застосовувати їх в оцінюванні виконаної роботи, пропонувати рекомендації щодо забезпечення якості соціальних послуг та управлінських рішень.

5. Структура навчальної дисципліни.

Схема курсу денної/заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього годин денна/заочна ¹	Лек.	Пр.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю ² .	Бал оцінювання
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади дистанційного навчання							
Тема 1. Теоретичні засади менеджменту соціальних послуг	10,5/11	1/0,5	1/0,5	8/9	0,5/1	ДС, Т, РЗ/К	4

Тема 2. Система управління соціальною роботою	11,5/11	1/0,5	2/0,5	8/9	0,5/1	ДС, Т, РЗ/К	4
Тема 3. Соціальний захист населення як форма реалізації державної соціальної політики	12/11	1/0,5	2/0,5	8/9	1/1	ДС, Т, РЗ/К	4
Тема 4. Неурядові організації як суб'єкти надання соціальних послуг	13/13	2/0,5	2/0,5	8/10	1/2	ДС, Т, РЗ/К	4
Тема 5. Система управління якістю соціальних послуг	13/14	2/1	2/1	8/10	1/2	ДС, Т, РЗ/К	4
Разом за модулем 1	60/60	7/3	9/3	40/47	4/7	Т, МКР/КР	30
Змістовий модуль 2. Засоби та інструментарій дистанційного навчання							
Тема 6. Сутність маркетингу соціальних послуг	10,5/11	1/0,5	1/0,5	8/9	0,5/1	ДС, Т, РЗ/К	4
Тема 7. Соціально-етичний маркетинг в сфері підприємництва	11,5/11	1/0,5	2/0,5	8/9	0,5/1	ДС, Т, РЗ/К	4
Тема 8. Зарубіжний досвід маркетингу соціальних послуг	12/11	1/0,5	2/0,5	8/9	1/1	ДС, Т, РЗ/К	4
Тема 9. Соціальний та маркетинговий аналіз проекту	13/13	2/0,5	2/0,5	8/10	1/2	ДС, Т, РЗ/К	4
Тема 10. Інформаційне забезпечення управління маркетингом соціальних послуг	13/14	2/1	2/1	8/10	1/2	ДС, Т, РЗ/К	4
Разом за модулем 2	60/60	7/3	9/3	40/47	4/7	Т, МКР/КР	30
Разом	120/120	14/6	18/6	80/94	8/14	Максимальна оцінка балів	100

Примітки: ¹ Всього годин лекцій і практичних занять. ² 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. Схеми курсу денної/заочної форми навчання

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 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.
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 ознайомитись з Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у ВНУ імені Лесі Українки. URL : https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2021-03/Polozhennya-Antyplagiat.pdf
Політика щодо відвідування	Відвідування лекційних та практичних занять є обов'язковим елементом оцінювання, за яке нараховуються мінімальний бал.
Політика щодо визнання результатів навчання у формальній, неформальній та/або інформальній освіті	Результати навчання, здобуті шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти, визнаються шляхом валідації в порядку, зазначеному у Положенні про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у ВНУ імені Лесі Українки. URL : https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2020-12/7c00ef81438ad127bf5767f392c628f1.pdf

Шкала оцінювання

Оцінювання курсу денної/заочної форми навчання

Види оцінювання	Бал
Опитування під час занять – реферати, презентації, кейси, тести, питання, завдання, ІНДЗ	40
Модуль 1 (теми 1-5) – Модульна контрольна робота 1	30
Модуль 2 (теми 6-10) – Модульна контрольна робота 2	30
Або екзамен (теми 1-10) – завдання, кейси	60

Шкала оцінювання студентів:

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90-100	Відмінно
82-89	Дуже добре
75-81	Добре
67-74	Задовільно
60-66	Достатньо
1-59	Незадовільно

V. Підсумковий контроль

Форма підсумкового контролю успішності навчання – екзамен, який складають студенти в період заліково-екзаменаційної сесії, передбаченої навчальним планом. Максимальна оцінка 60 балів. Екзамен 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. Колосок А. М. Менеджмент і маркетинг соціальних послуг : конспект лекцій. Луцьк : ПП «Поліграфія», 2020. 88 с.
5. Мороз І. В. Менеджмент і маркетинг освіти: навчально- методичний посібник. Київ: Освіта України, 2006. 144 с.
6. Песоцька О. П., Дєдов Є. Г. Менеджмент соціальної роботи : навчальний посібник. Луганськ : Альма-матер, 2012. 110 с.
7. 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 11 : 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).