

<p>Документ подписан простой электронной подписью  Информация о владельце:  ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич  Должность: Ректор  Дата подписания: 02.06.2026 08:57:33  Уникальный программный ключ:  04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322733</p>	<p>МИНИСТЕРСТВО НАУКИ РОССИИ  Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)</p>	<p>стр. 1</p>
---	--	---------------

## **Рабочая программа дисциплины (модуля)\***

**Маркетинг для социального бизнеса**

Направление подготовки (специальность)

39.03.02 Социальная работа

Направленность (профиль)

Социальное проектирование и предпринимательство

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

заочная

Год набора 2026

\*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2026 г.





## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
  - 6.1. Перечень видов оценочных средств
  - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
  - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
  - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
  - 7.1. Рекомендуемая литература
  - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
  - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов комплекса компетенций, необходимых при осуществлении профессиональной деятельности в части разработки, реализации и оценки результативности проектов для социального бизнеса.

Задачи:

- изучить сущность и особенности социального бизнеса, правовые

аспекты развития и реализации социального предпринимательства в Российской

Федерации;

- исследовать научные, теоретические, методические основы создания, развития, управления субъектами социального бизнеса;

- сформировать практические навыки по разработке бизнес-плана проекта в сфере социального бизнеса.

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов:

ПК-3: Способность к организации и планированию деятельности по предоставлению социальных услуг и мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:

Б1.В.ДВ.02.02

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Изучение дисциплины базируется на компетенциях, освоенных в ходе изучения курсов:

Психология предпринимательства

Организация деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций

Кадровое обеспечение деятельности организаций социальной сферы

Бизнес-процессы в социальной сфере

Предпринимательская деятельность в социальной сфере

Правовое обеспечение деятельности в социальной сфере

Социальная работа в различных сферах жизнедеятельности общества

#### 2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Компетенции, приобретённые студентом в ходе освоения дисциплины, используются в дальнейшем при изучении курсов:

Психология предпринимательства

Преддипломная практика

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ПК-3: Способность к организации и планированию деятельности по предоставлению социальных услуг и мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации**

**Знать:**

- технологии, виды и формы социального обслуживания, меры социальной поддержки граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.

- методы расчета объема мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина и на основе нормативных и правовых актов федерального и регионального уровней.

- методы разработки и реализации индивидуальной программы социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации.

**Уметь:**

- осуществлять планирование и организацию деятельности по предоставлению социальных услуг и мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации



ситуации.

- рассчитывать объем мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина и на основе нормативных и правовых актов федерального и регионального уровней.
- организовать разработку и реализацию индивидуальной программы социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации.

**Владеть:**

- навыками расчета объема мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина и на основе нормативных и правовых актов федерального и регионального уровней.
- навыками организации и контроля выполнения индивидуальной программы социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации.
- навыками деятельности по предоставлению социальных услуг и мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации с учетом возможностей межведомственного взаимодействия.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- технологии, виды и формы социального обслуживания, меры социальной поддержки граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.
3.1.2	- методы расчета объема мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина и на основе нормативных и правовых актов федерального и регионального уровней.
3.1.3	- методы разработки и реализации индивидуальной программы социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- осуществлять планирование и организацию деятельности по предоставлению социальных услуг и мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации.
3.2.2	- рассчитывать объем мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина и на основе нормативных и правовых актов федерального и регионального уровней.
3.2.3	- организовать разработку и реализацию индивидуальной программы социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- расчета объема мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина и на основе нормативных и правовых актов федерального и регионального уровней.
3.3.2	- организации и контроля выполнения индивидуальной программы социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации.
3.3.3	- деятельности по предоставлению социальных услуг и мер социальной поддержки в соответствии с индивидуальными потребностями гражданина, оказавшегося в трудной жизненной ситуации с учетом возможностей межведомственного взаимодействия.

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

<b>Общая трудоемкость</b>	<b>3 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану : 108 в том числе : аудиторные занятия : 6 самостоятельная работа : 97,3 часов на контроль : 4 контактная работа: 6,7 ИКР: 0,7	Виды контроля на курсах:  зачеты 5



### 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	<b>Раздел 1. Социальный бизнес и его роль в современном обществе</b>			
1.1	Современные теории и опыт развития социального бизнеса. /Пр/	4	4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Э2 Э3 Э4
1.2	Особенности комплекса маркетинга в социально-ориентированных организациях. /Ср/	5	14	Э1 Э2 Э3 Э4
1.3	Особенности комплекса маркетинга в социально-ориентированных организациях. /Ср/	5	10	Э2 Э4
1.4	Особенности комплекса маркетинга в социально-ориентированных организациях. /Лек/	4	2	Э1 Э2 Э3 Э4
1.5	Современные теории и опыт развития социального бизнеса /Ср/	4	28	Э1 Э2 Э3
1.6	Особенности комплекса маркетинга в социально-ориентированных организациях. /Ср/	4	28	Э2 Э3 Э4
1.7	Предпринимательский маркетинг, маркетинг в социальных сетях. /Ср/	4	10	Э1 Э2 Э3
	<b>Раздел 2. Маркетинг в сфере социального бизнеса</b>			
2.1	Особенности комплекса маркетинга в социально-ориентированных организациях. /Ср/	5	7,3	Э2 Э3 Э4
2.2	Предпринимательский маркетинг, маркетинг в социальных сетях. /ИКР/	5	0,7	Э1 Э2 Э3

### 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 6.1. Перечень видов оценочных средств

Тестирование  
Доклады  
Вопросы к зачету

#### 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Примерные тестовые вопросы:

1. Что такое социальный бизнес?
  - a) Бизнес, который направлен на получение прибыли и удовлетворение потребностей общества
  - b) Бизнес, основанный на взаимодействии с социальными группами и решении социальных проблем
  - c) Бизнес, в котором социальные проблемы являются основным источником дохода
2. Какой из перечисленных видов маркетинга наиболее подходит для социального бизнеса?
  - a) Маркетинг, ориентированный на продукт
  - b) Маркетинг, ориентированный на потребителя
  - c) Маркетинг взаимодействия
3. Что такое маркетинг взаимодействия в социальном бизнесе?
  - a) Процесс взаимодействия между социальными бизнесами и их потребителями
  - b) Процесс, при котором социальные бизнесы сотрудничают с другими организациями для решения социальных проблем
  - c) Процесс, направленный на создание и поддержание долгосрочных отношений с потребителями и партнерами
4. Какие из перечисленных стратегий могут быть использованы для продвижения социального бизнеса?
  - a) Благотворительные акции
  - b) Партнерства с другими организациями
  - c) Социальные медиа
  - d) Все вышеперечисленное
5. Что является главной целью маркетинга в социальном бизнесе?
  - a) Привлечение как можно большего числа потребителей
  - b) Решение социальной проблемы



- с) Получение прибыли
6. В чем заключается особенность определения целевой аудитории в социальном маркетинге?
- а) Целевая аудитория определяется на основе демографических характеристик
- б) Целевая аудитория - это не только потребители, но и все заинтересованные стороны, включая государственные и общественные организации
- с) Целевая аудитория выбирается исходя из возможностей бизнеса
7. Какие каналы коммуникации наиболее эффективны для продвижения социального бизнеса в социальных медиа?
- а) Facebook
- б) Twitter
- с) Instagram
- д) Все перечисленные
8. Что относится к основным методам измерения эффективности маркетинга в социальном бизнесе?
- а) Опросы и фокус-группы
- б) Анализ поведения потребителей в социальных сетях
- с) Подсчет количества продаж
- д) Все перечисленное
9. Что означает термин "социальный возврат на инвестиции" в контексте социального бизнеса?
- а) Отношение прибыли к инвестициям
- б) Отношение количества решенных социальных проблем к затраченным ресурсам
- с) Оба варианта верны
10. Что включает в себя разработка стратегии маркетинга для социального бизнеса?
- а) Определение целей и задач
- б) Анализ конкурентов и целевой аудитории
- с) Выбор маркетинговых инструментов
- д) Все вышеперечисленное

Примерный список тем для докладов:

1. Социальный бизнес: определение, особенности и перспективы развития.
2. Маркетинговые стратегии для социального бизнеса: подходы и инструменты.
3. Взаимодействие с обществом и государством: ключевые аспекты маркетинга в социальном бизнесе.
4. Социальные инновации и их роль в развитии социального бизнеса.
5. Использование социальных медиа для маркетинга социального бизнеса.
6. Привлечение инвестиций для социального бизнеса: маркетинговые подходы.
7. Решение социальных проблем через бизнес: успешные кейсы и стратегии.
8. Технологии маркетинга и их применение в социальном бизнесе.
9. Партнерства и сотрудничество в социальном бизнесе: возможности и ограничения.
10. Оценка эффективности маркетинга в социальном бизнесе: методы и показатели.
11. Роль социального бизнеса в устойчивом развитии общества.
12. Этика и ответственность в маркетинге социального бизнеса.
13. Формирование бренда социального бизнеса: стратегии и тактики.
14. Экологический маркетинг и его применение в социальном бизнесе.
15. Инновационные подходы к маркетингу в социальном предпринимательстве.
16. Развитие социального бизнеса в условиях кризиса.
17. Влияние цифровых технологий на маркетинг социального бизнеса.
18. Создание ценности для общества через социальный бизнес.
19. Повышение конкурентоспособности социального бизнеса через маркетинг.
20. Разработка маркетинговой стратегии для социальных предприятий.

### 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Дайте определение социального бизнеса и опишите его основные характеристики.
2. Каковы основные цели и задачи маркетинга в социальном бизнесе?
3. В чём заключается специфика маркетинга для социального бизнеса по сравнению с коммерческим?
4. Опишите основные стратегии маркетинга, которые могут использоваться в социальном бизнесе.
5. Какие каналы коммуникации являются наиболее эффективными для продвижения социального бизнеса?
6. Как измерить эффективность маркетинга в социальном бизнесе? Какие метрики используются для этого?
7. Что такое "социальный возврат на инвестиции"?
8. В чём состоит роль государства и некоммерческих организаций в поддержке социального бизнеса?



9. Как социальный бизнес может использовать социальные медиа для продвижения своих услуг и решения социальных проблем?
10. Приведите примеры успешного использования маркетинга в социальном бизнесе и объясните, почему они были успешными.
11. Как можно оценить эффективность маркетинговой деятельности социального бизнеса? Какие методы и инструменты можно для этого использовать?
12. В каких случаях целесообразно использовать партнёрства и совместные проекты для решения социальных задач?
13. Какие существуют методы оценки эффективности маркетинга в социальном бизнесе и как они используются на практике?
14. Что такое социальная ответственность бизнеса и как она связана с маркетингом?
15. Как разработать маркетинговую стратегию для социального бизнеса, учитывая его особенности и специфику решаемых проблем?
16. Какие основные принципы и подходы используются при разработке маркетинговых стратегий для социального бизнеса?
17. Как определить целевую аудиторию для социального бизнеса и какие инструменты используются для ее изучения?
18. Какие методы используются для привлечения инвестиций в социальный бизнес и какие инвесторы могут быть заинтересованы в таких проектах?
19. Как оценить результаты маркетинговой деятельности в социальном бизнесе с точки зрения решения социальных проблем и достижения целей устойчивого развития?
20. Какие тенденции и перспективы развития маркетинга в социальном бизнесе можно выделить на ближайшие годы?

#### 6.4. Критерии оценивания

Оценки «зачтено» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.

Также оценка «зачтено» выставляется студентам, обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную кафедрой, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Наконец, оценкой «зачтено» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «не зачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Рекомендуемая литература

#### 7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Тюрин Д. В.	Маркетинговые исследования: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/582444">https://urait.ru/bcode/582444</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС



	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.2	Карпова С. В., Азарова С. П., Арский А. А., Балова С. Л., Быкова М. К., Жильцова О. Н., Захаренко И. К., Козлова Н. П., Колесникова О. В., Комаров В. М., Меркулина И. А., Панюкова В. В., Поляков В. А., Рожков И. В., Титова Л. Г., Тюрин Д. В., Турбанов К. Ю.	Инновационный маркетинг: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/582996">https://urait.ru/bcode/582996</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л1.3	Ямпольская Д. О., Пилюпенко А. И.	Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/586074">https://urait.ru/bcode/586074</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л1.4	Вишнякова Ю. А.	Социальный маркетинг. Инклюзивные формы: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/587980">https://urait.ru/bcode/587980</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС

#### 7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л2.1	Хуссейн И. Д.	Цифровые маркетинговые коммуникации: учебник для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/589006">https://urait.ru/bcode/589006</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л2.2	Овсянников А. А.	Современный маркетинг: учебник и практикум для вузов ( <a href="https://urait.ru/bcode/589454">https://urait.ru/bcode/589454</a> )	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС

#### 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. URL: <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>
Э2	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. URL: <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
Э3	Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. URL: <a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a>
Э4	eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. URL: <a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>

#### 7.3 Перечень информационных технологий

##### 7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

Adobe Reader

##### 7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

- Портал «Корпоративная культура»/ <http://hr-portal.ru/tags/korporativnaya-kultura>
- Российское образование [Электронный ресурс]: федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». – Москва, [2002]. – Режим доступа: <http://www.edu.ru/>, свободный (01.04.2022).
- Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт.– Москва, [1999]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>, свободный (01.04.2022).
- Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт.– Москва. – Режим доступа: <https://mintrud.gov.ru>, свободный (01.04.2022).
- Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]: официальный сайт.– Москва [2005]. – Режим доступа: <https://www.nalog.gov.ru/tm77/>, свободный (01.04.2022).



6. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека [научной периодики на русском языке]. – Москва, [1999]. – Доступ к полным текстам после регистрации из сети ЧелГУ. – URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (01.04.2022).

7. Консультант Плюс [Электронный ресурс] : официальный сайт компании Консультант Плюс. – URL: [http://www.consultant.ru/?utm\\_source=sps](http://www.consultant.ru/?utm_source=sps), свободный (01.04.2022).

8. ГАРАНТ [Электронный ресурс] : информационно-правовой портал [сайт]. – URL: <http://www.garant.ru/>, свободный (01.04.2022).

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети:

1. Фонд «Общественное мнение» ([www.fom.ru](http://www.fom.ru))

2. «Левада-центр» ([www.levada.ru](http://www.levada.ru))

3. Федеральный образовательный портал (<http://ecsocman.hse.ru/>)

4. Международное рейтинговое агентство Standard&Poor's (<https://www.spglobal.com/ratings/ru/>)

5. Международное рейтинговое агентство Moody's ([https://www.moody.com/Pages/default\\_ee.aspx](https://www.moody.com/Pages/default_ee.aspx))

6. Международное рейтинговое агентство Fitch Ratings (<https://www.fitchratings.com>)

7. Международное рейтинговое агентство Universal Credit Rating Group (<http://www.ucrgratings.com>)

8. Международное рейтинговое агентство Scope Group (<https://www.scopegroup.com>)

Сайты периодических изданий:

1. СОЦИС (<http://socis.isras.ru>)

2. СОЦИС ([http://www.isras.ru/socis\\_numbers.html](http://www.isras.ru/socis_numbers.html))

3. Социологический журнал (<http://knowledge.isras.ru/sj>)

4. Социологический Форум (<http://www.sociology.ru/forum/index.shtml>)

5. Социологическое обозрение (<http://www.sociologica.ru/Journal.html>)

6. Экономическая социология (<http://www.ecsoc.msses.ru>)

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется с использованием средств обучения общего назначения:

- аудитории для проведения лекционных и практических занятий 2-го, 4-го и лабораторного корпусов ЧелГУ с возможностью использования переносного мультимедийного оборудования (экран, ноутбук, проектор, колонки);

- компьютерные классы с выходом в интернет;

- учебно-научная лаборатория социально-экономических исследований экономического факультета ЧелГУ (аудитория 122, 2-го учебного корпуса), оборудованная компьютерами с возможностью доступа в интернет (аудитория для самостоятельной работы студентов).

В процессе обучения для целей сбора и обработки социологической информации используются программы: Vortex (лаборатория политологических и социологических исследований Челябинского филиала РАНХиГС), Google Forms, MS Excel. Для представления результатов исследования используются программные средства: MS Word, MS Excel, MS Power Point, Outlook. Для обмена информацией применяются платформы Zoom, Google Meet, Moodle, Teams, Skype.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике. Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:

- проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины;
- конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины;
- проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь;
- работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой



литературе.

Самостоятельные работы предполагают расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; подготовки к зачету. Самостоятельная работа выполняется индивидуально, а также может проводиться под руководством (при участии) преподавателя.

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы (индивидуальных заданий), обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. При обсуждении на семинарах сложных и дискуссионных вопросов и проблем используются методики интерактивных форм обучения («Сократический диалог», «Займи позицию», ПОПС-формула, «Дискуссия в стиле телевизионного ток-шоу», дебаты и т. д.), что позволяет погружать обучающихся в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки умений и владений. Для успешной подготовки к семинарским занятиям обучающиеся в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: Вопросы психологии; Клуб; Личность. Культура. Общество; Менеджмент в России и за рубежом; Народное образование; Открытое образование; Современные проблемы науки и образования; Социальная работа; Социологические исследования (СОЦИС); Справочник руководителя учреждений культуры.

При подготовке к зачету необходимо ознакомиться с перечнем тестовых заданий и типовых практических заданий; проработать конспекты, рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя.

#### **10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.