

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.02.2018 11:48:59

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da14b44b362na0ee37e758a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины

Социальная ответственность в маркетинговой деятельности

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	12	12	12	12
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	60	60	60	60
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Приобретение студентами знаний и навыков в сфере социальной ответственности маркетинговой деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ОД

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-2: способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции****Знать:**

историю становления и развития социальной ответственности в маркетинговой деятельности

Уметь:

использовать законодательные акты и нормативно-правовые документы, регламентирующие социальную ответственность в маркетинговой деятельности

Владеть:

навыками использования знаний для обеспечения согласованности выполнения планов социального развития

ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений**Знать:**

теоретические и методологические принципы социальной ответственности в маркетинговой деятельности

историю становления и развития социальной ответственности в маркетинговой деятельности

методы координации маркетинговой деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения социальной ответственности

Уметь:

выявлять факторы, определяющие необходимость дальнейшего развития социальной ответственности в маркетинговой деятельности

анализировать и решать конкретные проблемы, связанные с социальной ответственностью в маркетинговой деятельности

самостоятельно принимать эффективные управленческие решения в области социальной ответственности в маркетинговой деятельности

Владеть:

методами анализа маркетинговой деятельности с позиций социально- ответственного поведения

навыками использования знаний для обеспечения согласованности выполнения планов социального развития

владеет навыками координации предпринимательской деятельности в сфере социальной ответственности

ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании**Знать:**

методы координации маркетинговой деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения социальной ответственности

Уметь:

самостоятельно принимать эффективные управленческие решения в области социальной ответственности в маркетинговой деятельности

Владеть:

навыками координации предпринимательской деятельности в сфере социальной ответственности

--