

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9ac1da145f4155621a10ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, 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	рп	уп	рп
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

Рабочая программа дисциплины Социальная ответственность в маркетинговой деятельности / сост. к.э.н., старший преподаватель Рюмшин А.В.; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Социальная ответственность в маркетинговой деятельности" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

к.э.н., старший преподаватель Рюмшин А.В. _____ 20____ г.

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

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

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Сущность , основные категории социальной ответственности в маркетинговой деятельности	Раздел			
1.1	Основные понятия социальной ответственности в маркетинговой деятельности	Лек	6	2	2
1.2	Основные понятия социальной ответственности в маркетинговой деятельности	Пр	6	4	2
1.3	Основные понятия социальной ответственности в маркетинговой деятельности	Ср	6	10	0
1.4	Социальные инвестиции и социальный аудит	Лек	6	2	2
1.5	Социальные инвестиции и социальный аудит	Пр	6	4	2
1.6	Социальные инвестиции и социальный аудит	Ср	6	10	0
1.7	Модели социальной ответственности в маркетинговой деятельности: зарубежный опыт	Пр	6	4	2
1.8	Модели социальной ответственности в маркетинговой деятельности: зарубежный опыт	Ср	6	10	0
1.9	Процесс развития социальной ответственности в маркетинговой деятельности в России	Лек	6	2	2
1.10	Процесс развития социальной ответственности в маркетинговой деятельности в России	Пр	6	4	0
1.11	Процесс развития социальной ответственности в маркетинговой деятельности в России	Ср	6	8	0
1.12	Внутренняя социальная политика организации	Пр	6	4	0
1.13	Внутренняя социальная политика организации	Ср	6	6	0
1.14	Специфика оценки деловой репутации компании на основе социальной ответственности	Пр	6	4	0
1.15	Специфика оценки деловой репутации компании на основе социальной ответственности	Ср	6	4	0
1.16	Проблемы оценки экономической эффективности социальной ответственности	Лек	6	4	0
1.17	Проблемы оценки экономической эффективности социальной ответственности	Пр	6	4	0
1.18	Проблемы оценки экономической эффективности социальной ответственности	Ср	6	4	0
	Раздел 2. Принципы экологического управления в маркетинговой деятельности	Раздел			
2.1	Экологическая составляющая социально-экономического развития	Лек	6	2	0

2.2	Экологическая составляющая социально-экономического развития	Пр	6	4	0
2.3	Экологическая составляющая социально-экономического развития	Ср	6	4	0
2.4	Экологическая сертификация и маркировка продукции	Пр	6	4	0
2.5	Экологическая сертификация и маркировка продукции	Ср	6	4	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Иган Д. - Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений - Москва: Юнити-Дана, 2015.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710	1
Л1.2	Григорян Е. С., Юрасов И. А. - Корпоративная социальная ответственность - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=387010	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Горфинкель В. Я., Базилевич А. И., Базилевич О. И., Захаров П. Н., Горфинкель В. Я., Базилевич А. И. - Социальная ответственность менеджмента: Учебник - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.	http://www.iprbookshop.ru/16439	1
Л2.2	Коротков Э. М. - Корпоративная социальная ответственность: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2015.	http://www.biblio-online.ru/book/A0EB3E62-80BF-481D-97A0-18B2D50C493C	1
Л2.3	Горфинкель В. Я. - Корпоративная социальная ответственность: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/774B86A1-FFB0-47F5-9776-116DD3327E44	1

6.1.3. Методические разработки

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л3.1	Проценко Е.П., Виноградов Ю.А. - Методические рекомендации по дисциплине "Экологический менеджмент и аудит": квалификация (степень) "Магистр" - Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2010.		2

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;
7.3.1.2	Microsoft Office 2003 Suites Open License:41902857
7.3.1.3	Google Chrome Свободная лицензия BSD;
7.3.1.4	7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;
7.3.1.5	Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение.

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	СПС Консультант плюс
7.3.2.2	Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/
7.3.2.3	Университетская библиотека ONLINE http://biblioclub.ru/
7.3.2.4	Электронно-библиотечная система IPRbook http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.5	Электронно-библиотечная система Юрайт https://biblio-online.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 514. Стол ученический двухместный – 1 шт. Стул ученический – 5 шт. Напольная трибуна дерево – 1 шт. Стол ученический двухместный – 12 шт. Стул ученический – 18 шт. Стул полумягкий ERA – 1 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристалл № 9 персик 5 этаж – 2 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.
7.3	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками, имеющимся на кафедре. Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.</p> <p>Указания по подготовке к занятиям семинарского типа</p> <p>Практические занятия имеют следующую структуру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тема практического занятия; - цели проведения практического занятия по соответствующим темам; - задания состоят из контрольных вопросов, задач, кейсов. - рекомендуемая литература. <p>Методические указания по выполнению самостоятельной работы</p> <p>Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы, которые содержатся в «Методических указаниях по самостоятельной работе по дисциплине "Социальная ответственность в маркетинговой деятельности"»</p> <p>Методические указания по работе с литературой</p> <p>К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.</p> <p>Основная литература - это учебники и учебные пособия.</p> <p>Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет ресурсы.</p> <p>В учебнике/ учебном пособии/ монографии следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро.</p> <p>Студенту следует использовать следующие виды записей при работе с литературой:</p> <p>Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов.</p> <p>Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.</p> <p>Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.</p> <p>Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.</p> <p>Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги и другие виды.</p>	