

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет педагогічної освіти та соціальної роботи
Кафедра соціальної роботи та педагогіки вищої школи

СИЛАБУС
нормативного освітнього компонента

Менеджмент і маркетинг соціальних послуг

(назва освітнього компонента)

підготовки _____ **бакалавра**

(назва освітнього рівня)

Спеціальності _____ **232 Соціальне забезпечення**

(шифр і назва спеціальності)

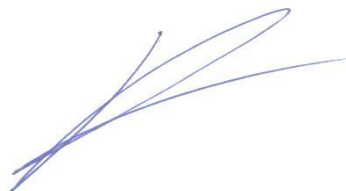
освітньо-професійної програми Соціальне забезпечення

Силабус освітнього компонента «Менеджмент і маркетинг соціальних послуг» підготовки бакалавра, галузі знань 23 Соціальна робота, спеціальності 232 Соціальне забезпечення, за освітньо-професійною програмою Соціальне забезпечення.

Розробник: Колосок Андрій Мирославович, кандидат економічних наук, доцент

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:



(доц. Колосок А.М.)

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи

протокол № 1 від 26 серпня 2022 р.

Силабус освітнього компонента перезатверджено на засіданні кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи

протокол № 1 від 28 серпня 2023 р.



Завідувач кафедри:

(доц. Чернета С.Ю.)

I. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	23 Соціальна робота 232 Соціальне забезпечення ОПП Соціальне забезпечення ОС бакалавр	Нормативна
Кількість годин/кредитів <u>120/4</u>		Рік навчання <u>4</u>
		Семестр <u>7-ий</u>
		Лекції <u>20</u> год.
ІНДЗ: <u>не має</u>	Практичні (семінарські) <u>20</u> год. Лабораторні _____ год. Індивідуальні _____ год.	
	Самостійна робота <u>72</u> год.	
	Консультації <u>8</u> год.	
Мова навчання		Форма контролю: <u>екзамен</u> Українська

II. Інформація про викладача (- ів)

ППП [Колосок Андрій Мирославович](#),
 Науковий ступінь кандидат економічних наук,
 Вчене звання доцент
 Посада доцент кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи
Контактна інформація
 Телефон +380667288130,
 Електронна пошта Kolosok.Andrew@vnu.edu.ua
 Дні занять <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис освітнього компонента

1. Освітній компонент «Менеджмент та маркетинг соціальних послуг» належить до циклу нормативних дисциплін професійної підготовки бакалавра галузі знань 23 Соціальна робота спеціальності 232 Соціальне забезпечення, освітньо-професійної програми Соціальне забезпечення. Вивчається в сьомому семестрі, формою підсумкового контролю є екзамен. На вивчення освітнього компонента відведено 4 кредити (120 годин), у тому числі: 20 годин лекційних, 20 год. практичних, 8 год. консультації та 72 год. самостійної роботи.

Вивчення освітнього компонента «Менеджмент та маркетинг соціальних послуг» сприятиме підвищенню рівня професійної компетентності майбутніх бакалаврів з соціального забезпечення, їх готовності кваліфіковано і майстерно виконувати свої професійні обов'язки, забезпечить оволодіння сучасними теоретичними і прикладними знаннями з менеджменту та маркетингу соціальних послуг, допомагатиме подальшому професійному зростанню в умовах ринкової економіки.

2. Пререквізити:

Для освоєння освітнього компонента використовують знання, вміння і навички сформовані у ході вивчення ОК «Документування в сфері соціального забезпечення», ОК «Соціальне партнерство», ОК «Професійна взаємодія в сфері соціального забезпечення».

Постреквізити:

Освоєння даного освітнього компонента є необхідним для подальшого вивчення ОК «Моніторинг та оцінка якості соціальних послуг», ОК «Технології соціального аудиту та інспектування», ОК «Соціальне проектування», здачі атестаційного екзамену, написання кваліфікаційної роботи.

3. Мета - засвоєння здобувачами освіти цілісної системи знань про основи менеджменту та маркетингу соціальних послуг, опанування принципів, методів і технології управління в соціальній сфері за ринкових умов, формування умінь та навичок маркетингового аналізу.

Завдання освітнього компонента: з'ясувати теоретичні аспекти менеджменту та маркетингу соціальних послуг, вивчити систему управління соціальною роботою, розглянути неурядові організації як суб'єкти надання соціальних послуг, дослідити систему управління якістю соціальних послуг, розглянути особливості соціально - етичного маркетингу в сфері підприємництва, вивчити зарубіжний досвід маркетингу соціальних послуг, розглянути соціальний та маркетинговий аналіз проекту, з'ясувати інформаційне забезпечення управління маркетингом соціальних послуг.

4. Освітній компонент спрямований на формування *інтегральної компетентності* (Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі професійної діяльності соціального забезпечення або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов); *загальних компетентностей* (ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК4. Здатність планувати та управляти часом. ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово у професійній діяльності. ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК10. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. ЗК11. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК12. Здатність працювати в команді. ЗК13. Здатність до міжособистісної взаємодії. ЗК14. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. ЗК15. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК16. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо); *фахових компетентностей* (ФК2. Знання і розуміння нормативно-правової бази стосовно соціальної роботи та соціального забезпечення. ФК3. Здатність консультувати з питань соціального забезпечення різні групи населення, що опинилися у складних життєвих обставинах. ФК4. Здатність використовувати адміністративно-правові механізми призначення та контролю в системі соціального захисту населення. ФК5. Здатність до співпраці у міжнародному середовищі та розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці. ФК6. Вміння планування та звітності в системі соціального забезпечення населення. ФК10. Здатність до планування та реалізації заходів з надання адресної соціальної допомоги. ФК11. Здатність оцінювання якості соціальних послуг. ФК12. Здатність до організації та управління процесами в соціальному забезпеченні. ФК13. Здатність дотримуватися етичних принципів та стандартів у професійній діяльності. ФК14. Здатність до генерування нових ідей та креативності у професійній сфері. ФК15. Здатність виявляти і залучати ресурси організацій партнерів з соціальної допомоги для виконання завдань професійної діяльності).

Очікувані програмні результати навчання: ПРН1. Використовувати усну та письмову комунікацію українською мовою для здійснення професійної діяльності. ПРН3. Застосовувати методи збору інформації: аналіз документів, опитування та спостереження. ПРН4. Вміння застосовувати статистичну, методичну та нормативну базу системи соціального захисту населення. ПРН8. Застосовувати засоби соціально-правової політики в сфері соціального захисту, базові знання з юриспруденції та законодавства України в галузі соціального забезпечення. ПРН9. Виявляти готовність до взаємодії з колегами по роботі, приймати управлінські рішення в організації роботи виконавців. ПРН12. Аналізувати ефективність соціально-економічної підтримки населення та здійснювати відповідну корекцію в межах компетентності. ПРН15.

Приймати практичні рішення для покращення соціального добробуту та підвищення соціальної безпеки. ПРН17. Пояснювати актуальні процеси у соціальній сфері та соціальному забезпеченні. ПРН19. Ефективно працювати як індивідуально, так і у складі міждисциплінарної команди фахівців. ПРН20. Демонструвати вміння креативно вирішувати проблеми та приймати інноваційні рішення, мислити та застосовувати творчі здібності до формування принципово нових ідей.

Soft skills: вміння налагоджувати міжособистісні контакти; вміння працювати в команді; креативність; вміння прогнозувати, гнучкість, швидка адаптація до змін та ін.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ:

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації: *словесні*: лекція із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – Презентація, платформа Zoom, MOODLE, Office 365, вебсервіс Google Classroom), пояснення, розповідь, бесіда; *наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація; *практичні*: *вправи*.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом науково-педагогічного викладача; самостійна робота здобувачів освіти: з книгою; виконання індивідуальних навчальних проєктів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо), ретроспективний метод.

5. Структура освітнього компонента

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Методи та технології викладання ¹	Форма Контролю ² / Бали
Змістовий модуль I. Теоретико-методологічні засади менеджменту соціальних послуг							
Тема 1. Теоретичні засади менеджменту соціальних послуг	10	2	2	6		лекція-диспут / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, Т/4
Тема 2. Система управління соціальною роботою	11	2	2	6	1	метод круглого столу / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, Т/4
Тема 3. Соціальний захист населення як форма реалізації державної соціальної політики	13	2	2	8	1	лекція-диспут / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, Т/4
Тема 4. Неурядові організації як суб'єкти надання соціальних послуг	13	2	2	8	1	лекція-диспут / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, Т/4
Тема 5. Система управління якістю соціальних послуг	13	2	2	8	1	метод круглого столу / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, Т/4
Разом за модулем 1	60	10	10	36	4	x	20
Змістовий модуль II. Сутність та інструменти соціального маркетингу							
Тема 6. Сутність маркетингу соціальних послуг	10	2	2	6		лекція-диспут / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, Т/4
Тема 7. Соціально-етичний маркетинг в сфері підприємництва	11	2	2	6	1	метод круглого столу / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/4

Тема 8. Зарубіжний досвід маркетингу соціальних послуг	13	2	2	8	1	лекція-диспут / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, Т/4
Тема 9. Соціальний та маркетинговий аналіз проекту	13	2	2	8	1	лекція-диспут / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/4
Тема 10. Інформаційне забезпечення управління маркетингом соціальних послуг	13	2	2	8	1	метод круглого столу / Zoom, Office 365, Moodle	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/4
Разом за модулем 2	60	10	10	36	4	x	20
Види підсумкових робіт							Бал
Модульна контрольна робота							60/Т
МКР 1							30
МКР 2							30
Всього годин/ Балів	120	20 ³	20 ³	72	8		100

Примітки: ^{1/} Moodle, Zoom, Office 365 – може застосовуватися одна з платформ або їхній симбіоз для здобувачів освіти з індивідуальним планом навчання та/або під час реалізації освітнього процесу в Університеті у дистанційному режимі, відповідно до Положення про електронний курс освітнього компонента у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, Положення про дистанційне навчання у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, наказів ректора.

^{2/} *Методи та форми контролю:* ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота здобувача освіти, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

^{3/} У випадку набору здобувачів освіти менше 15 (малокомплектна група) кількість аудиторних годин зменшується вдвічі. Теми не розглянуті аудиторно опрацьовуються здобувачами освіти самостійно.

6. Завдання для самостійного опрацювання

Таблиця 3

Тема	Кількість годин
Змістовий модуль І. Теоретико-методологічні засади менеджменту соціальних послуг	
Тема 1. Теоретичні засади менеджменту соціальних послуг 1.1. Сутність та значення категорій «управління» та «менеджмент». 1.2. Поняття менеджменту соціальної роботи. 1.3. Складові менеджменту соціальної роботи. 1.4. Основні принципи менеджменту соціальної роботи. 1.5. Сучасні підходи до розуміння менеджменту соціальних послуг.	6
Тема 2. Система управління соціальною роботою 2.1. Трирівнева структура управління соціальною роботою в Україні. 2.2. Заклади соціальної роботи. Специфіка управління закладом соціальної роботи. 2.3. Управлінська праця менеджерів соціальної роботи. 2.4. Основні якості сучасного менеджера. 2.5. Інструменти соціальної роботи.	6
Тема 3. Соціальний захист населення як форма реалізації державної соціальної політики 3.1. Теоретико-методологічні засади аналізу соціальної політики. 3.2. Напрями та моделі реалізації соціальної політики. 3.3. Соціальний захист: сутність, особливості. 3.4. Історія становлення та розвитку соціального захисту в Україні.	8

<p>Тема 4. Неурядові організації як суб'єкти надання соціальних послуг</p> <p>4.1. Призначення громадянського суспільства.</p> <p>4.2. Місце неурядових організацій у громадянському суспільстві.</p> <p>4.3. Неурядові організації в Україні.</p> <p>4.4. Механізми фінансування неурядових організацій в якості надавачів соціальних послуг.</p>	8
<p>Тема 5. Система управління якістю соціальних послуг</p> <p>5.1. Проблеми розроблення міжнародних стандартів якості соціальних послуг.</p> <p>5.2. Характеристика соціальних послуг у системі якості.</p> <p>5.3. Ключові аспекти системи якості соціальних послуг та відповідальності керівництва.</p> <p>5.4. Персонал і матеріальні ресурси в системі якості соціальних послуг.</p> <p>5.5. Структура системи якості соціальних послуг.</p>	8
Змістовий модуль II. Сутність та інструменти соціального маркетингу	
<p>Тема 6. Сутність маркетингу соціальних послуг</p> <p>6.1. Складові поняття маркетингу соціальних послуг.</p> <p>6.2. Сутність соціальних послуг як маркетингових продуктів.</p> <p>6.3. Характеристика ринку соціальних послуг.</p> <p>6.4. Принципи, функції і концепції маркетингу соціальних послуг.</p>	6
<p>Тема 7. Соціально-етичний маркетинг в сфері підприємництва</p> <p>7.1. Сутність підприємництва та його регулювання державою.</p> <p>7.2. Етика підприємництва та його соціальна відповідальність.</p> <p>7.3. Історія становлення соціально-етичного маркетингу.</p> <p>7.4. Концепція соціально-етичного маркетингу.</p> <p>7.5. Соціальна відповідальність та етика маркетингу в сфері підприємництва.</p>	6
<p>Тема 8. Зарубіжний досвід маркетингу соціальних послуг</p> <p>8.1. Соціальні послуги як невід'ємна частина суспільного устрою зарубіжних країн.</p> <p>8.2. Досвід задоволення соціальних потреб в громадських центрах.</p> <p>8.3. Світові моделі надання соціальних послуг.</p> <p>8.4. Механізм надання соціальних послуг в країнах Євросоюзу.</p>	8
<p>Тема 9. Соціальний та маркетинговий аналіз проекту</p> <p>9.1. Мета і сутність соціального аналізу.</p> <p>9.2. Оцінка соціального середовища проекту.</p> <p>9.3. Оцінка населення проекту.</p> <p>9.4. Проектування соціально-культурного середовища проекту.</p> <p>9.5. Методика залучення населення до роботи над проектом.</p> <p>9.6. Показники та індикатори соціального розвитку.</p>	8
<p>Тема 10. Інформаційне забезпечення управління маркетингом соціальних послуг</p> <p>10.1. Реклама як засіб здійснення маркетингу соціальних послуг.</p> <p>10.2. Основні типи реклами, планування реклами.</p> <p>10.3. Стратегія маркетингу та рекламної діяльності.</p> <p>10.4. Управління електронною комерцією і он-лайн маркетинг соціальних послуг.</p>	8
Всього	72

IV. Політика оцінювання

Оцінювання знань здобувачів освіти ОК «Менеджмент та маркетинг соціальних послуг» здійснюється на основі результатів поточного і підсумкового модульного контролю знань згідно «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки». Завдання поточного контролю – перевірка навчальних досягнень здобувачів освіти. Завдання підсумкового модульного контролю – перевірка розуміння і засвоєння здобувачами освіти програмового матеріалу загалом, логіки та

взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання засвоєних знань, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми ОК тощо. Оцінювання здійснюється за **100-бальною** шкалою.

Формою контролю вивчення ОК «Менеджмент та маркетинг соціальних послуг» є екзамен. Максимальна кількість балів за поточний контроль з освітнього компонента становить 40 балів. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має за мету перевірку рівня підготовленості здобувачів освіти до виконання конкретної роботи. Поточний контроль реалізується в різних формах, зокрема опитування, захист проєктів, робота в малих групах, індивідуальна робота студентів, виступи на практичних заняттях, участь у дискусіях та дебатах, експрес-контроль, перевірка результатів виконання різноманітних індивідуальних науково-дослідних завдань, контроль засвоєння того навчального матеріалу, який заплановано на самостійне опрацювання здобувачем, тощо. Максимальний бал за кожну з форм роботи визначено у таблиці 2 силабуса освітнього компонента. Результат самостійної роботи здобувачів освіти оцінюється на практичних заняттях із відповідної теми. За активність на заняттях здобувач освіти може додатково отримати до 20 % максимального поточного бала, але при цьому сума поточних балів за семестр не повинна перевищувати, як правило, 40.

За рішенням кафедри студентам, які брали участь у роботі конференцій, підготовці наукових публікацій, в олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт й досягли значних результатів, може бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю. Систему бонусних балів погоджує науково-методична комісія факультету.

Підсумковий модульний контроль здійснюється після завершення вивчення тем змістового модуля у формі виконання здобувачем освіти модульної контрольної роботи у вигляді письмового або комп'ютерного тестування та проводиться або під час навчального заняття (його частини). Максимальний бал, отриманий за модульні контрольні роботи, становить 60 балів.

Підсумкова модульна оцінка визначається в балах як сума поточної та контрольної модульних оцінок. Модуль зараховується здобувачеві, якщо він успішно виконав всі види навчальної роботи, передбачені силабусом освітнього компонента. Перескладання будь-яких видів робіт, передбачених силабусом освітнього компонента, з метою підвищення підсумкової модульної оцінки не дозволяється. Заборгованість із модуля повинна бути ліквідована здобувачем у позааудиторний час на консультаціях за графіком, затвердженим на засіданні кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи до початку підсумкового контролю з наступного модуля. Кінцевий термін ліквідації заборгованості з модульного контролю обмежується початком заліково-екзаменаційної сесії.

Якщо з дисципліни підсумкова оцінка (бали) з освітнього компонента як сума підсумкових модульних оцінок становить не менше як 75 балів, то, за згодою здобувача освіти, вона може бути зарахована як підсумкова оцінка з ОК (навчальної дисципліни). Така оцінка виставляється в день проведення екзамену в присутності здобувача освіти. Іспит складається у випадку, якщо здобувач освіти бажає підвищити рейтинг або у випадку незадовільної підсумкової семестрової оцінки. У цьому випадку бали, набрані здобувачем за результатами модульних контрольних робіт, анулюються.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття – на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати відповідну кількість балів, які були визначені на дану тему заняття. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

- надання достовірної інформації про результати власної освітньої (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації».

Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагиату чи обману. Списування під час контрольних та самостійних робіт, іспиту заборонені (зокрема, з використанням мобільних девайсів). Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Кодексу академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, навчання за програмою подвійного диплома, з використанням елементів дуальної форми здобуття освіти, міжнародне стажування) навчання може відбуватись за індивідуальним графіком (в онлайн режимі за погодженням із деканом факультету).

Визнання результатів навчання, отриманих здобувачами вищої освіти у неформальній та/або інформальній освіті, здійснюється на добровільній основі та передбачає підтвердження того, що здобувач досяг результатів навчання, передбачених ОПП, за якою він навчається. Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, курсовій роботі (проекту), контрольній роботі тощо, які передбачені програмою (силабусом) освітнього компонента (Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у ВНУ імені Лесі Українки).

V. Підсумковий контроль

Іспит проводиться у вигляді письмового або комп'ютерного тестування. Здобувачам освіти пропонуються тестові завдання у кількості 30 запитань (по 2 бали). Максимальна оцінка за іспит – **60 балів**.

Види тестових завдань:

- з вибором однієї правильної відповіді;
- з вибором декількох правильних відповідей;
- на встановлення відповідності запропонованих наборів тверджень;
- завдання на відтворення правильної відповіді (формулювань понять) по пам'яті;
- завдання відкритого типу, що передбачає розгорнуту відповідь.

Тестові завдання складаються відповідно до питань, винесених на іспит.

Програма іспиту затверджується на засіданні кафедри.

Складання та перескладання іспиту проводиться згідно розкладу. Повторне складання екзамену допускається не більше як два рази: один раз – викладачеві, другий – комісії, яку створює декан факультету.

Орієнтовні питання іспиту

1. Досвід задоволення соціальних потреб в громадських центрах.
2. Етика підприємництва та його соціальна відповідальність.
3. Заклади соціальної роботи.
4. Законодавче забезпечення менеджменту соціальних послуг.
5. Зарубіжний досвід маркетингу соціальних послуг
6. Інституційне забезпечення соціальної роботи в Україні.
7. Інструменти соціальної роботи.
8. Інформаційне забезпечення управління маркетингом соціальних послуг
9. Історія становлення соціально-етичного маркетингу.
10. Історія становлення та розвитку соціального захисту в Україні.
11. Ключові аспекти системи якості соціальних послуг та відповідальності керівництва.
12. Концепція соціально-етичного маркетингу.
13. Маркетинговий аналіз проекту.
14. Мета і сутність соціального аналізу.

15. Методика залучення населення до роботи над соціальним проектом.
16. Механізм надання соціальних послуг в країнах Євросоюзу.
17. Механізми фінансування неурядових організацій в якості надавачів соціальних послуг.
18. Місце неурядових організацій у громадянському суспільстві.
19. Напрями та моделі реалізації соціальної політики.
20. Неурядові організації в Україні.
21. Неурядові організації як суб'єкти надання соціальних послуг.
22. Основні принципи менеджменту соціальної роботи.
23. Основні типи реклами, планування реклами.
24. Основні якості сучасного менеджера.
25. Оцінка населення проекту.
26. Оцінка соціального середовища проекту.
27. Персонал і матеріальні ресурси в системі якості соціальних послуг.
28. Показники та індикатори соціального розвитку.
29. Поняття менеджменту соціальної роботи.
30. Призначення громадянського суспільства.
31. Принципи, функції і концепції маркетингу соціальних послуг.
32. Проблеми розроблення міжнародних стандартів якості соціальних послуг.
33. Проектування соціально-культурного середовища проекту.
34. Реклама як засіб здійснення маркетингу соціальних послуг.
35. Світові моделі надання соціальних послуг.
36. Система управління соціальною роботою
37. Система управління якістю соціальних послуг
38. Складові менеджменту соціальної роботи.
39. Складові поняття маркетингу соціальних послуг.
40. Соціальна відповідальність та етика маркетингу в сфері підприємництва.
41. Соціальний аналіз проекту.
42. Соціальний захист населення як форма реалізації державної соціальної політики
43. Соціальний захист: сутність, особливості.
44. Соціальні послуги як невід'ємна частина суспільного устрою зарубіжних країн.
45. Соціально-етичний маркетинг в сфері підприємництва
46. Специфіка управління закладом соціальної роботи.
47. Стратегія маркетингу та рекламної діяльності.
48. Структура системи якості соціальних послуг.
49. Сутність маркетингу соціальних послуг
50. Сутність підприємництва та його регулювання державою.
51. Сутність соціальних послуг як маркетингових продуктів.
52. Сутність та значення категорій «управління» та «менеджмент».
53. Сутність та інструменти соціального маркетингу.
54. Сучасні підходи до розуміння менеджменту соціальних послуг.
55. Теоретико-методологічні засади аналізу соціальної політики.
56. Трирівнева структура управління соціальною роботою в Україні.
57. Управління електронною комерцією і он-лайн маркетинг соціальних послуг.
58. Управлінська праця менеджерів соціальної роботи.
59. Характеристика ринку соціальних послуг.
60. Характеристика соціальних послуг у системі якості.

VI. Шкала оцінювання

Критерії оцінювання під час аудиторних занять

4 бали - Оцінюється робота здобувача освіти, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом за відповідною темою, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, в т.ч. самостійної роботи,

використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки за умови особистого мультимедійного представлення завдання на практичному занятті.

3 бали - Оцінюється робота здобувача освіти, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом за відповідною темою, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, в т.ч. самостійної роботи, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією. Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.

2 бали - Оцінюється робота здобувача освіти, який відтворює значну частину навчального матеріалу за відповідною темою, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень та понять. Не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.

1 бал - Оцінюється робота здобувача освіти, який при відтворенні навчального матеріалу дає елементарну, фрагментарну відповідь, з початковим уявленням про предмет вивчення, не вміє застосувати теоретичні положення при розв'язанні задач.

0 балів - Оцінюється робота здобувача освіти, який не володіє навчальним матеріалом за відповідною темою та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Шкала оцінювання знань здобувачів освіти з освітніх компонентів, де формою контролю є іспит

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання
82–89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75–81	Добре	C	загалом хороша робота
67–74	Задовільно	D	непогано
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
1–59	Незадовільно	Fx	Необхідне перескладання

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Колбіна Л. А. Менеджмент соціальної роботи: навчальний посібник. Одеса : видавець Букаєв В. В., 2017. 406 с. URL: dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/636
2. Колосок А.М. Менеджмент і маркетинг соціальних послуг: конспект лекцій. Луцьк : ПП «Поліграфія», 2021. 88 с. (протокол №5 від «27» січня 2021 р.). URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/20787>
3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навчальний посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <https://econom.lnu.edu.ua/wp->

[content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf](#)

4. Тернавська Т.А., Раєвська Я.М., Мельник Ж.В. Менеджмент соціальної роботи: навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський: Видавець Панькова А.С., 2020. 262 с. URL: <http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/3789/Ternavskaya-T.-Rayevskaya-Y.-Melynk-Zh.-Menedzhment-sotsialnoi-roboty%282020%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Додаткова

5. Балашов К.В. Використання соціального маркетингу для потреб громадського здоров'я: шляхи практичної реалізації. *Економіка і право охорони здоров'я*. 2020. №1(11). С. 5-8. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/46373>

6. Винницький М. Виконання соціального менеджменту та залучення зацікавлених сторін: практичний посібник. Київ: Міжнародний фонд «Відродження», 2016. 31 с. URL: https://issuu.com/irf_ua/docs/vynnytsky_manual_for_local_implemen

7. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/11841>

8. Колосок А. М., Бичук І. О. Менеджмент соціальних послуг територіальної громади в умовах воєнного стану. *Humanitas*. 2022. № 3. С. 92-99. DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.3.13>

9. Мельничук Д.П., Леган І.М., Зачосова Н.В. Мотиваційні чинники ефективності HR-менеджменту у діяльності служб надання соціальної допомоги та соціальних послуг. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. №1(99). С. 32–41. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2022-1\(99\)-32-41](https://doi.org/10.26642/ema-2022-1(99)-32-41)

10. Попович В., Новак Т. Соціально-управлінські практики в системі управління соціальною роботою: постановка проблеми. *Ввічливість. Humanitas*. 2022. № 1. С. 101–108. DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.1.15>

11. Соціальна робота з сім'ями: теорії моделі, ефективні практики: колективна монографія. Волинський національний університет імені Лесі Українки. / Кол. авт. : С. Чернета, В. Петрович, Л. Мартіросян, А. Колосок, Є. Дурманенко, І. Бичук, В. Майборода, А. Конончук, О. Белкіна-Ковальчук, В. Петрук, Н. Корпач, Т. Мартинюк, А. Скіць; за загальною редакцією В. Петровича, С. Чернети. Луцьк: ФОП Гадяк Ж. В., друкарня «Волиньполіграф», 2021, 323 с. (Затверджено до друку вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки протокол № 5 від 28 квітня 2021 року). URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/19749>

12. Ткачук С.В., Стахурська С.А., Стахурський В.О. Копірайтинг соціальної реклами як інструмент соціального маркетингу: цілі та підходи. *Економіка та суспільство*. 2022. № 35. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-11>

13. Lialiuk A., Kolosok A., Skoruk O., Hromko L., Hrytsiuk N. Consumer packaging as a tool for social and ethical marketing. *Innovative Marketing*. 2019. № 15. P. 76–88. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(1\).2019.07](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(1).2019.07)

14. Bukanov H., Kolesnyk A., Tashkinova O., Kotlubai V., Koval V. Social marketing in public administration of social service institutions. *Gênero & Direito*. 2019. №8(6). DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2179-7137.2019v8n6.49320>

Інтернет-ресурси

15. Департамент соціальної політики Луцької міської ради. URL : <http://www.social.lutsk.ua/>

16. Державна служба України з питань праці. URL: <https://dsp.gov.ua/>

17. Державний центр зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/>

18. Законодавство України. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/zak>

19. Міністерство соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/>

20. Національна соціальна сервісна служба України. URL: <https://nssu.gov.ua/>

21. Пенсійний фонд України. URL: <https://www.pfu.gov.ua/>