

	<p>ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</p> <p>ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 39.03.02 «СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА», ПРОФИЛЬ МЕДИКО-СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА С НАСЕЛЕНИЕМ, АКАДЕМИЧЕСКИЙ БАКАЛАВРИАТ</p>	<p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»</p>
---	--	--

**Тематический план самостоятельной работы студента
по дисциплине «Социальный маркетинг»
для обучающихся по направлению подготовки «Социальная работа», профиль
Медико-социальная работа с населением, академический бакалавриат
на 2019-2020 учебный год**

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Часы (академ.)
1.	Общая характеристика социального рынка России.	6
2.	Концепция маркетинга в российских регионах.	6
3.	Анализ маркетинговых сред (на примере одного из муниципальных образований)	6
4.	Российские товарные марки и брэнды городов и регионов.	6
5.	Система организации товародвижения в регионе (на конкретном примере).	6
6.	Формирование брендовой политики территории	6
7.	Инвестиционная деятельность муниципального образования в рамках комплекса маркетинга (на конкретном примере).	6
8.	Привести примеры типов маркетинга на территориях России.	4
9.	Особенности территориального деления: страна, регион, город, пригород, сельская местность	4
10.	Предпосылки использования маркетинга в территориальном управлении конкретного муниципального образования.	4
ИТОГО:		54

Обсуждено на заседании кафедры медико-социальных технологий с курсом педагогики и образовательных технологий ДПО

Заведующий кафедрой



В.М. Чижова