**АННОТАЦИЯ**

**Социальный маркетинг в социальном бизнесе**

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление", заочная форма обучения.

**Цель дисциплины:** «Социальный маркетинг в социальном бизнесе» - формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление" следующих компетенций: способность практического использования современных концепций политики социальной ответственности бизнеса при разработке корпоративной стратегии (ДКН-3); способность осуществлять оценку эффективности и результативности деятельности организации в целом и отдельных проектов, разрабатывать для этого методики оценки и необходимые показатели с учетом факторов риска и в условиях неопределенности (ПКН-3); способность самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию (ПКН-7).

**Место дисциплины в структуре ООП** - дисциплина «Социальный маркетинг в социальном бизнесе» является дисциплиной вариативной части модуля дисциплин по выбору направления 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление".

**Краткое содержание:**

Сущность и содержание социального маркетинга в современном бизнесе. Организация маркетингового управления социальной сферой. Маркетинговые исследования в социальной сфере. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге. Разработка комплекса социального маркетинга в современном бизнесе. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге.