

Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования

**«**Славяно-Греко-Латинская Академия»

|  |  |
| --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**Директор Института \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,кандидат философских наук\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**Одобрено:**Решением Ученого Советаот «22» апреля 2022 г. протокол № 5 | **УТВЕРЖДАЮ**Ректор АНО ВО «СГЛА»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Храмешин С.Н. |

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**Б1.В.ДВ.01.16**

**Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | **38.03.02 Менеджмент** |
| **Направленность (профиль)** | **Управление бизнесом** |
| **Кафедра** | **международных отношений и социально-экономических наук** |
| **Форма обучения****Год начала обучения** | **Очная****2022** |
| **Реализуется в семестре** | **2 курс 1** |

**Б1.В.ДВ.01.16**

**Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование дисциплины** | **Б1.В.ДВ.01.16****Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере** |
| Краткое содержание | Понятие и сущность социального предпринимательства. Организационно-правовые формы социально-ориентированных предприятий. Порядок создания и регистрации социальноориентированного предприятия. Экономика социальноориентированного предприятия. Традиционные и новые источники финансирования социального предпринимательства. Использование инструментов маркетинга в продвижении продукции (работ, услуг) социально-ориентированных предприятий. Риски в социальном предпринимательстве. |
| Результаты освоения дисциплины  | определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, его социальные и коммерческие задачи;выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации;проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;определяет участников проекта, организует эффективную коммуникацию внутри команды, планирует и реализует различные стратегии маркетинга по взаимодействию с покупателями при продвижении продукции (работ, услуг), в том числе при совместной работе в рамках поставленной задачи. |
| Трудоемкость, з.е. | 3 |
| Формы отчетности | Зачет  |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** |
| Основная литература | 1. Социальное предпринимательство: учебное пособие / Е.Н. Сочнева, И.С. Багдасарьян, М.В. Румянцев, Г.Б. Добрецов ; Министерство образования и науки Российской Федерации ; Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : СФУ, 2016. 178 с. : ил. - http://biblioclub.ru/. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-76383606-6, экземпляров неограничено |
| Дополнительная литература  | 1. Борнштейн, Дэвид Как изменить мир: Социальное предпринимательство и сила новых идей / Дэвид Борнштейн. –М.: Альпина Паблишер, 2019. – 504 c. – ISBN 978-5-9614-1741-8. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPRBOOKS : [сайт]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/82761.html |