

Автономная Некоммерческая Организация Высшего Образования

«Славяно-Греко-Латинская Академия»

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

Аннотация к рабочей программе дисциплины Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере

|  |  |
| --- | --- |
| Направление подготовки | 38.03.04 Государственное и муниципальное управление |
| Направленность (профиль) | Государственная, муниципальная служба и кадровая политика |
| Кафедра | международных отношений и социально-экономических наук |
| Форма обучения  Год начала обучения | Очная  2022 |
| Реализуется в семестре | 2, курс 1 |

Инновационные бизнес-идеи в социальной сфере

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование дисциплины | 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 социально-  ориентированного 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 |
| Форма 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 IPR  BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/82761.html> |