

Соціальний маркетинг
вимоги до написання індивідуального завдання
для студентів спеціальності «Соціологія»

Тематика індивідуальних робіт проводиться в межах напряму розробки інформаційних кампаній з популяризації соціально значущих практик в Україні.

Змістовна частина роботи повинна бути структурована у відповідності з зазначеними у вимогах логічними блоками, послідовність яких повинна співпадати із наведеною нижче схемою. Кожен змістовний блок може бути відділений від попереднього за допомогою абзацного відступу або числових позначок. Текст роботи повинен бути змістовим, стиль викладення матеріалу – науковим. Не допускається присутність власних емоційно-оціночних суджень.

Індивідуальна робота подається під час заліку. Базова максимальна оцінка складає 20 балів. Виконується друкованим способом на білих аркушах формату А4 (односторонньо) українською мовою.

Технічні вимоги до оформлення роботи. Шрифт 14 - Times New Roman. Поля: ліве – 3 см., праве – 1 см., верхнє та нижнє – 2 см., міжрядковий інтервал – полуторний, абзацний відступ – 1,25 см. Загальний обсяг роботи - до 15 друкованих сторінок. Нумерація проставляється, починаючи з другого аркуша у верхньому правому куті. У тексті обов'язково мають бути представлені посилання на використані наукові джерела, які здійснюються шляхом зазначення у дужках номеру джерела за кінцевим переліком використаної літератури та сторінки, що містить відповідну інформацію. Наприклад: [5, с. 15], де 5 – номер джерела, 15 – сторінка. При посиланні на електронний ресурс вказується лише його номер у переліку літератури. Перелік літературних джерел оформлюється згідно вимог державного стандарту.

Структура роботи:

- 1) титульний аркуш;
- 2) змістовна частина:
 - актуальність проблеми;
 - аналіз цільової аудиторії;
 - система маркетингових заходів;
 - бюджет кампанії (тривалістю 1 місяць на міському рівні);
 - критерії ефективності кампанії;
- 3) перелік використаної літератури.

Тематика індивідуальних робіт «Соціальний маркетинг»

1. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: безпека дітей в Інтернеті.
2. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: дотримання правильного харчування.
3. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: заняття спортом.
4. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: боротьба зі шкідливими звичками (паління).
5. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: боротьба зі шкідливими звичками (надмірне вживання алкоголю).
6. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: боротьба зі шкідливими звичками (вживання наркотичних засобів).
7. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: обмеження самолікування.
8. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: боротьба з надмірною вагою.
9. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: попередження самолікування.
10. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: допомога соціально незахищеним прошаркам населення (люди з особливими потребами).
11. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: допомога соціально незахищеним прошаркам населення (пенсіонери).
12. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: допомога соціально незахищеним прошаркам населення (безпритульні).
13. Інформаційні кампанії з популяризації соціально значущих практик: допомога соціально незахищеним прошаркам населення (діти з неблагополучних родин).

Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет
кафедра соціології

Індивідуальне завдання
з навчальної дисципліни
«Соціальний маркетинг»
за темою:

«_____»

Виконав:
Студент(ка) ___ курсу
_____ факультету
Спеціальності «Соціологія»
Групи № _____

(прізвище, ініціали)

Керівник: к.філос.н., доц. О.С.Сорокіна

Запоріжжя – 2023