

занятости и режим труда работающих жени матерей, внутреннюю и внешнюю миграцию и т.п.);

- *воспитательных и пропагандистских мер, призванных формировать общественное мнение, нормы и стандарты демографического поведения, определенный демографический климат в обществе.*

В совокупности мероприятий, воздействующих на демографические процессы, учеными предлагается выделять два основных направления: изменение характера процессов естественного возобновления поколений (рождаемости, брачности, разводимости, возрастной структуры, смертности) в их тесной взаимосвязи; влияние на миграцию населения (миграция, иммиграция, эмиграция, географическое распределение, плотность населения и т.д.); проводимая государством миграционная политика органически связывалась с политикой в области расселения населения по территории страны.

Список литературы:

1. Апостолова, Т.М. Социальная политика в Российской Федерации и правовой механизм ее реализации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Соц. педагогика» / Т.М. Апостолова, Н.Р. Косевич. – М.: ВЛАДОС, 2008. – 478с.

2. Смирнов, С.Н. Социальная политика: учебное пособие / С.Н. Смирнов, Т.Ю. Сидорина. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 432с.

3. Шахотько, Л.П. Понятие демографической политики [Электронный ресурс] / <http://slovari.yandex.ru/dict/sociology/article/soc/soc-0297.htm>

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ: МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД

Мовчан В.В.

*ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», г. Белгород*

Развитие социального маркетинга в системе социальной защиты семьи и детства рассматривается как целенаправленная концепция на продвижение социальных программ направленных на улучшение качества жизни отдельно взятой категории лиц, при интеграции которой происходит взаимодействие с другими категориями, что влечет за собой изменение поведения общества и принятия тех норм поведения, которые являются более удовлетворяющие потребности семьи в целом для улучшения качества жизни населения.

Разработка программ улучшения качества жизни семьи и детей производится в интересах всего общества в них сочетаются необходимые исследования, реклама, продвижение, приобретение репутации учреждениями социальной защиты семьи и детства. Главное для социального и коммерческого маркетинга – учёт качества продукции, её стоимости, места её распределения и распространения [3].

В настоящее время правительство России разработало большое количество социальных программ в области здравоохранения, образования, в

поддержке молодежи, а так же социальной защиты семьи и детства [1]. В Концепции программы социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года сказано, что сложившаяся неблагоприятная демографическая ситуация требует принятия мер, направленных на формирование государственной стратегии демографической политики России на период до 2020 года. Приоритетами в данной области должны стать: стабилизация рождаемости и укрепление семьи; улучшение состояния здоровья населения, увеличение продолжительности жизни.

В настоящее время утверждены постановлениями Правительства Российской Федерации от 17.12.2010 г. № 1050 подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2011-2015 годы и правительства Белгородской области от 25.04.2011 года № 166-пп долгосрочная целевая программа «Обеспечение жильем молодых семей Белгородской области на 2011-2015 годы, порядок предоставления молодым семьям социальных выплат на приобретение (строительство) жилья и их использования.

С целью реализации государственной программы РФ «Доступная среда» на 2011-2015 годы, утвержденной постановлением правительства Российской Федерации от 17 марта 2011 года № 175, в области в 2011 году создана сеть из 11 базовых общеобразовательных учреждений, реализующих образовательные программы общего образования, обеспечивающих совместное обучение инвалидов и лиц, не имеющих нарушений развития.

Указанные направления работы с 2011 года реализуются через долгосрочные целевые программы «Развитие образования Белгородской области на 2011-2015 годы» (подпрограммы «Здоровое поколение», «Модернизация школьного питания»), областная целевая программа «Охрана и укрепление здоровья здоровых» на 2011 – 2015 годы, «Оздоровление молодого поколения Белгородской области в возрасте до 25 лет» на 2011-2013 годы, областные программы «Школьное молоко», «Чистая вода», «Школьный мед».

В рамках долгосрочной целевой программы «Оздоровление молодого поколения в возрасте до 25 лет» на 2011-2013 годы, утвержденной постановлением Правительства Белгородской области, с 2012 года реализуются 2 проекта «Развитие новой школьной медицинской инфраструктуры через совершенствование школьных медицинских кабинетов», «Организация школьных инновационных Центров здоровья на территории Белгородской области».

Постановлением правительства Белгородской области от 13 августа 2012 года №342-пп утверждена долгосрочная целевая программа «Доступная среда на 2011–2015 годы», которая предусматривает перечень мероприятий, направленных на профилактику детской инвалидности, оказанию социально-реабилитационной и социокультурной помощи детям-инвалидам и их семьям.

Действующая в области целевая программа «Профилактика безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних и защита их прав на 2010–2013 годы», предусматривает внедрение новых форм и технологий профилактики безнадзорности и социального сиротства, улучшение

механизмов межведомственного взаимодействия в решении проблем детства, укрепление материально-технической базы учреждений системы профилактики.

Благотворительные движения и социальные программы реализуют ряд мероприятий направленных улучшение жизнедеятельности трудных категорий семей и детей, находящихся в трудной жизненной ситуации. На данный момент в Белгородской области реализуется социальная программа «2+3», «Белгородчина – территория добрых дел». Проводятся акции, влияющие на сознание обществ и ведущие к улучшению и стабилизации социального положения семей и детей: «Крепка семья – крепка Россия», «И пусть этот шаг станет еще одним добрым делом в копилке Ваших добрых дел!». А так же при учреждениях ЗАГС области работают семейно-консультативные центры, призванные оказывать психологическую, медицинскую, юридическую, правовую помощь не только молодым людям, решившим создать семью, но и супругам, имеющим опыт семейной жизни.

Социальные программы реализуют основные направления государственной поддержки семьи и наиболее важными являются:

- улучшение материальных условий жизнедеятельности семьи;
- обеспечение для членов семьи условий сочетания занятости в общественном производстве с выполнением семейных обязанностей;
- подготовка подрастающего поколения к браку, семейной жизни и сознательному родительству, формирование здорового образа жизни;
- обеспечение охраны здоровья матери и ребенка, репродуктивной функции семьи;
- создание системы социального обслуживания семьи;
- профилактическая работа с семьей по предотвращению негативных явлений, правовому просвещению и защите прав всех членов семьи, детей и взрослых;
- создание условий для образования и развития детей, семейного и детского отдыха и досуга.

Один из самых важных инструментов, воздействующих на общественное мнение, – создание конструктивной альтернативы существующему положению вещей. Если удаётся рассказать людям об их правах, убедить их, что они собственными усилиями могут добиться реального улучшения положения дел в какой-либо области, что они являются не только жителями страны, но и её гражданами, то это и есть самодостаточный результат. Поэтому целесообразно использовать механизмы социального маркетинга как инструмент, воздействующий на общественное мнение [2].

Программа социального маркетинга в системе социальной защиты семьи и детства не похожа на рекламную кампанию общественных услуг предоставляемых определенным категориям семей или определенным категориям детей, так же как это целая система взаимодействия отслеживающая результативность проводимых социальных программ.

Список литературы:

1. Воронина, Л.И. Наука и власть: проблема коммуникаций / Л.И. Воронина. – М.: Научный эксперт, 2009. – С. 582-592

2. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер. – М.: Ростинтэр, 1996. – 704 с.

3. Уэллс, Л. Реклама: принципы и практика/Л. Уэллс. Дж. Бернет., С.Мориарти.: – СПб.: 2003.– 422с.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОБЛЕМЫ ЗАКРЕПЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА»

Закомолдина Т.О., Драгунова Н.О., Коняхина Ю.С.

*филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный социальный
университет», г. Тольятти*

Закрепление профессионального выбора является частью профессионального самоопределения личности, которая в свою очередь является центральным звеном процесса профессионального становления.

Профессиональное становление, по мнению Т.В. Кудрявцева, длительный процесс развития личности с начала формирования профессиональных намерений до полной реализации себя в профессиональной деятельности [15]. Более развёрнутую трактовку этого понятия дает Э.Ф. Зеер, определяя профессиональное становление как «развитие личности в учебно-профессиональной деятельности, направленное на формирование устойчивых положительных мотивов профессиональной деятельности, социально значимых и профессионально важных качеств личности, готовности к постоянному профессиональному росту, нахождения оптимальных приёмов и способов качественного и творческого выполнения профессиональной деятельности в соответствии с индивидуально-психологическими особенностями личности специалиста». Кроме того, ученый выделяет четыре стадии профессионального становления:

1. Формирование профессиональных намерений: осознанный выбор личностью профессии на основе учета своих индивидуально-психологических особенностей.

2. Профессиональная подготовка: освоение системы профессиональных знаний, умений и навыков, формирование социально значимых и профессионально важных качеств личности, положительного отношения, склонности и интерес к будущей профессии.

3. Профессионализация: вхождение (адаптация) и освоение профессии, профессиональное самоопределение, приобретение профессионального опыта, развитие свойств и качеств личности, необходимых для квалифицированного выполнения профессиональной деятельности, воспитание трудовой активности.

4. Мастерство: качественное, творческое выполнение профессиональной деятельности, интеграция сформированных профессионально важных качеств личности в индивидуальный стиль деятельности.

Исходя из выше сказанного, очевидно, что составной частью профессионального становления личности является процесс