

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«МОСКОВСКИЙ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (МАДИ)»**
ВОЛЖСКИЙ ФИЛИАЛ

УТВЕРЖДАЮ

Доцент, к.п.н., зав. кафедрой ЭиТТП

 Петрова А.В.
«2» марта 2020 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.В.04 Методы прикладных исследований в социологии и маркетинге

Направление подготовки

38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль)

Управление персоналом организации

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

заочная

Кафедра: Экономики и технологии транспортных процессов

Чебоксары 2020 г.

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом • методики систематизации полученных результатов, сравнения и сопоставления с аналогичными данными <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять план работы по заданной теме, анализировать получаемые результаты; • планировать деятельность в рамках работы по решению практических и исследовательских задач; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками планирования научно-практического исследования, анализа получаемых результатов и формулировки выводов.
ПК-15	владением навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методологические основы проведения социологических и маркетинговых исследований; • подходы к формированию выборки <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации

Трудоёмкость дисциплины (модуля): 4 З.Е.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой (3 курс).

Формы текущего контроля успеваемости: устный и/или письменный опрос, контрольная работа, практическое задание

Разделы дисциплины (модуля), виды занятий и формируемые компетенции по разделам дисциплины (модуля):

№ п/п	Наименование раздела	Л	ЛР	ПЗ	СРС	Всего часов (без контроля)	Формируемые компетенции
1.	Предметная область и виды прикладных исследований в социологии и маркетинге	1			16	17	ПК-2 ПК-15
2.	Программа прикладного исследования	1		1	16	18	ПК-2 ПК-15
3.	Выборочный метод в прикладных исследованиях			1	16	17	ПК-2 ПК-15
4.	Проблемы измерения социальных явлений (процессов)	1			16	17	ПК-2 ПК-15
5.	Анализ документов в социологическом и маркетинговом исследовании	1			16	17	ПК-2 ПК-15
6.	Методы сбора данных			1	17	18	ПК-2 ПК-15
7.	Анализ и обработка данных			1	17	18	ПК-2 ПК-15
8.	Использование результатов прикладного исследования в управленческой маркетинговой деятельности				17	17	ПК-2 ПК-15
Всего часов:		4		4	131	139	

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и образовательной программы.

Задачами освоения дисциплины являются:

- приобретение обучающимися знаний, умений, навыков и (или) опыта профессиональной деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса;
- оценка достижения обучающимися планируемых результатов обучения как этапа формирования соответствующих компетенций.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина (модуль) реализуется в рамках вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина (модуль) базируется на результатах обучения по следующим дисциплинам (модулям), практикам: Б1.Б.17 Маркетинг, Б1.В.ДВ.03.01 Технология подбора и найма персонала, Б1.В.ДВ.03.02 Маркетинг персонала, Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Результаты обучения, достигнутые по итогам освоения данной дисциплины (модуля) являются необходимым условием для успешного обучения по следующим дисциплинам

(модулям), практикам: Б1.В.10 Экономика и социология труда, Б1.В.12 Управленческий учет и учет персонала, Б2.В.04(Пд) Преддипломная практика

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом • методики систематизации полученных результатов, сравнения и сопоставления с аналогичными данными <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять план работы по заданной теме, анализировать получаемые результаты; • планировать деятельность в рамках работы по решению практических и исследовательских задач; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками планирования научно-практического исследования, анализа получаемых результатов и формулировки выводов.
ПК-15	владением навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методологические основы проведения социологических и маркетинговых исследований; • подходы к формированию выборки <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы.

Общий объём (трудоемкость) дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единиц (З.Е.).

Вид учебной работы		Трудоемкость дисциплины, академ. часов:		курс 3		
		Всего	В том числе в интерактивной форме	всего	Контактная работа	Самостоятельная работа
Учебная работа (без контроля), всего:		139	4	139	8	131
в том числе:	Лекции (Л)	4	2	4	4	
	Практические занятия (ПЗ)	4	2	4	4	
	Лабораторные работы (ЛР)	-				
	Курсовой проект (КП)	-				
	Курсовая работа (КР)	-				
	Расчетно-графические работы (РГР)	-				
	Реферат	-				
	Контрольная работа	-				
	Другие виды работы	131		131		131
Контактная работа		1		1	1	
Контактная работа в семестре (КС)		1		1	1	
Контактная работа в экзаменационную сессию (КА)						
Контроль, всего:		4		4		
в том числе:	Экзамен					
	Зачёт					
	Зачёт с оценкой	4		4		
Форма промежуточной аттестации		Зач с оц		Зач с оц		
Общая трудоемкость, ч.		144		144		
Общая трудоемкость, З.Е.		4		4		

5.2. Разделы дисциплины (модуля), виды занятий и формируемые компетенции по разделам дисциплины (модуля).

№ п/п	Наименование раздела	Л	ЛР	ПЗ	СРС	Всего часов (без контроля)	Формируемые компетенции
1.	Предметная область и виды прикладных исследований в социологии и маркетинге	1			16	17	ПК-2 ПК-15
2.	Программа прикладного исследования	1		1	16	18	ПК-2 ПК-15
3.	Выборочный метод в прикладных исследованиях			1	16	17	ПК-2 ПК-15

4.	Проблемы измерения социальных явлений (процессов)	1			16	17	ПК-2 ПК-15
5.	Анализ документов в социологическом и маркетинговом исследовании	1			16	17	ПК-2 ПК-15
6.	Методы сбора данных			1	17	18	ПК-2 ПК-15
7.	Анализ и обработка данных			1	17	18	ПК-2 ПК-15
8.	Использование результатов прикладного исследования в управленческой маркетинговой деятельности				17	17	ПК-2 ПК-15
Всего часов:		4		4	131	139	

5.3. Содержание дисциплины.

1. Предметная область и виды прикладных исследований в социологии и маркетинге

Теоретические и прикладные эмпирические социологические исследования. Специфика прикладного социологического исследования. Сущность маркетинговых исследований. Основные направления исследований. Характеристика основных видов прикладных исследований: пилотажного, описательного, аналитического, монографического, точечного, трендового, панельного, сравнительного, оперативного, маркетингового. Этапы исследовательской процедуры.

2. Программа прикладного исследования

Основные этапы прикладного исследования. Подготовительный этап исследования. Понятие программы научного исследования. Структура программы прикладного исследования. Проблема, цель и задачи исследования.

Понятие объекта и предмета исследования. Определение и интерпретация основных понятий. Предварительный системный (структурный и функциональный) анализ объекта исследования. Понятие гипотезы, ее роль в научном исследовании. Классификация, формулировка и проверка гипотез.

Методико-процедурный раздел программы. Принципиальный (стратегический) план исследования. Обоснование системы выборки единиц обследования. Описание в программе методов, методик и процедур сбора, обработки и анализа информации. Логическая структура инструментария исследования. Рабочий план и сетевой график разработки и реализации программы прикладного исследования.

3. Выборочный метод в прикладных исследованиях

Сплошные и выборочные исследования. Общая характеристика выборочного метода и его использование в прикладных исследованиях. Генеральная и выборочная совокупности. Основные условия представительности (репрезентативности) данных. Объем и ошибки выборки.

Вероятностные методы выборки и их применение в социологии и маркетинге. Неслучайные (целенаправленные) методы отбора в прикладных исследованиях. Многоступенчатая выборка и ее применение в прикладных исследованиях. Особенности использования выборочного метода при проведении маркетингового исследования.

4. Проблемы измерения социальных явлений (процессов)

Квантификация социальных явлений. Взаимосвязь качественного и количественного анализа социальных процессов и явлений. Понятие измерения, специфика измерения в прикладных исследованиях.

Конструирование эталона измерения. Обеспечение надежности измерения в социологическом и маркетинговом исследовании. Методические требования к построению и формулировке индикаторов измерительных шкал.

Классификация измерительных шкал, используемых в прикладных исследованиях.

Измерение социальных установок. Шкалы Гуттмана, Терстоуна, Богардуса, Лайкерта. Проблемы стандартизации измерительных шкал в социологических и маркетинговых исследованиях. Унифицированные шкалы для измерения возраста и стажа работы респондентов.

5. Анализ документов в социологическом и маркетинговом исследовании

Общая характеристика анализа документов как метода сбора первичной информации в исследовании. Понятие документа и классификация документов в социологии и маркетинге. Проблемы определения надежности содержащейся в документах информации. Основные методы анализа документов. Разработка программы анализа документальной информации. Качественный и количественный анализ документов. Контент-анализ.

6. Методы сбора данных

Общая характеристика опроса как метода сбора первичной информации. Процесс опроса, его организация и стадии. Социально-психологические особенности взаимодействия исследователя и респондента. Проблемы обеспечения качества получаемой методом опроса информации. Классификация вопросов, используемых в прикладном исследовании. Логика построения, основные этапы разработки и компоновка бланка опроса. Методические требования к формулировке вопросов и к бланку опросного листа.

Виды опросов. Анкетный опрос и его разновидности. Организация анкетного опроса. Организация и методы опроса экспертов. Применение опроса экспертов в процессе разработки и принятия управленческих и маркетинговых решений

Организация и проведение опроса методом интервью. Классификация интервью. Метод фокус-групп и его применение в маркетинговых исследованиях. Обеспечение надежности получаемой методом интервью первичной информации. Тесты в социологическом исследовании. Лабораторный опрос (holl-test) и домашний тест (home-test) в оценке товара, упаковки и рекламы.

Отличительные черты научного наблюдения как метода сбора первичной информации, его достоинства и недостатки. Общая характеристика научного наблюдения и условия его успешного проведения. Классификация наблюдений. Особенности, достоинства и недостатки различных видов наблюдения. Роль и качества наблюдателя в проведении исследования. Формы записи результатов наблюдения. Способы осуществления контроля наблюдения. Отчет о проведении наблюдения.

Сущность научного эксперимента. Границы применения эксперимента в социологии и маркетинге. Требования к социальному эксперименту. Методология, методика и процедура эксперимента. Классификация экспериментов. Формирование групп в эксперименте. Ошибки и трудности, возникающие при проведении эксперимента. Экспериментальные исследования в практике маркетинга.

7. Анализ и обработка данных

Основные этапы анализа и обобщения результатов прикладного исследования. Обеспечение единства качественного и количественного анализа информации. Проверка гипотез, сформулированных в программе исследования. Основные функции отчета о научном исследовании. Структура отчета о научном исследовании. Отчет и пояснительная записка. Требования ГОСТа к отчету о научном исследовании. Специфические особенности отчета о маркетинговом исследовании. Презентация отчета о результатах маркетингового исследования, его графическое представление.

8. Использование результатов прикладного исследования в управленческой маркетинговой деятельности

Процедура перехода исследовательской проблемы к практическим нововведениям и преобразование социальных показателей в управленческое решение. Практические рекомендации как инструмент социального управления в решении конкретной проблемы. Внедрение в прикладном исследовании – применение на практике научных выводов, сформулированных в виде управленческих решений, проектов и систем мероприятий. Основные этапы внедрения. Оценка эффективности нововведений. Управленческий

консалтинг. Данные маркетинговых исследований: рыночный потенциал, доля рынка, имидж, рыночные характеристики, продажи, деловые тенденции, сегментация, товар, цена, продвижение, распределение как рыночные характеристики в маркетинговой информационной системе и системе поддержки принятия решений. Маркетинговый консалтинг.

5.4. Тематический план практических (семинарских) занятий.

№ п/п	№ раздела	Темы практических (семинарских) занятий	Трудоемкость, академ. часов	Формы текущего контроля успеваемости
1	2	Программа прикладного исследования	1	устный опрос, контрольная работа, практическое задание
2	3	Выборочный метод в прикладных исследованиях	1	устный опрос, контрольная работа, практическое задание
3	6	Методы сбора данных	1	устный опрос, контрольная работа, практическое задание
4	7	Анализ и обработка данных	1	устный опрос, контрольная работа, практическое задание

5.5. Тематический план лабораторных работ. Лабораторные работы не предусмотрены

6. МАТЕРИАЛЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и организуется в соответствии с порядком, определяемым локальными нормативными актами МАДИ. Порядок проведения и система оценок результатов текущего контроля успеваемости установлена локальным нормативным актом МАДИ.

В качестве форм текущего контроля успеваемости по дисциплине (модулю) используются:

- устный опрос
- контрольная работа
- практическое задание

6.1.1. Материалы для проведения устного опроса

Раздел 2. Программа прикладного исследования.

Вопросы для проведения устного опроса

1. Основные этапы прикладного исследования.
2. Подготовительный этап исследования.
3. Понятие программы научного исследования.

4. Структура программы прикладного исследования.
5. Проблема, цель и задачи исследования.
6. Понятие объекта и предмета исследования.
7. Определение и интерпретация основных понятий.
8. Предварительный системный (структурный и функциональный) анализ объекта исследования.
9. Понятие гипотезы, ее роль в научном исследовании.
10. Классификация, формулировка и проверка гипотез.
11. Методико-процедурный раздел программы.
12. Принципиальный (стратегический) план исследования.
13. Обоснование системы выборки единиц обследования.
14. Описание в программе методов, методик и процедур сбора, обработки и анализа информации.
15. Логическая структура инструментария исследования.
16. Рабочий план и сетевой график разработки и реализации программы прикладного исследования.

Раздел 3. Выборочный метод в прикладных исследованиях

Вопросы для проведения устного опроса

1. 1. Сплошные и выборочные исследования.
2. Общая характеристика выборочного метода и его использование в прикладных исследованиях.
3. Генеральная и выборочная совокупности.
4. Основные условия представительности (репрезентативности) данных.
5. Объем и ошибки выборки.
6. Вероятностные методы выборки и их применение в социологии и маркетинге.
7. Неслучайные (целенаправленные) методы отбора в прикладных исследованиях.
8. Многоступенчатая выборка и ее применение в прикладных исследованиях.
9. Особенности использования выборочного метода при проведении маркетингового исследования.

Раздел 6. Методы сбора данных и маркетинговом исследовании

Вопросы для проведения устного опроса

1. Общая характеристика опроса как метода сбора первичной информации.
2. Процесс опроса, его организация и стадии.
3. Социально-психологические особенности взаимодействия исследователя и респондента.
4. Проблемы обеспечения качества получаемой методом опроса информации.
5. Классификация вопросов, используемых в прикладном исследовании.
6. Логика построения, основные этапы разработки и компоновка бланка опроса.
7. Методические требования к формулировке вопросов и к бланку опросного листа.
8. Виды опросов.
9. Анкетный опрос и его разновидности.
10. Организация анкетного опроса.
11. Организация и методы опроса экспертов.
12. Применение опроса экспертов в процессе разработки и принятия управленческих и маркетинговых решений
13. Организация и проведение опроса методом интервью.
14. Классификация интервью.
15. Метод фокус-групп и его применение в маркетинговых исследованиях.
16. Обеспечение надежности получаемой методом интервью первичной информации.
17. Тесты в социологическом исследовании.
18. Лабораторный опрос (holl-test) и домашний тест (home-test) в оценке товара, упаковки и рекламы.

19. Отличительные черты научного наблюдения как метода сбора первичной информации, его достоинства и недостатки.
20. Общая характеристика научного наблюдения и условия его успешного проведения.
21. Классификация наблюдений.
22. Особенности, достоинства и недостатки различных видов наблюдения.
23. Роль и качества наблюдателя в проведении исследования.
24. Формы записи результатов наблюдения.
25. Способы осуществления контроля наблюдения.
26. Отчет о проведении наблюдения.
27. Сущность научного эксперимента.
28. Границы применения эксперимента в социологии и маркетинге.
29. Требования к социальному эксперименту.
30. Методология, методика и процедура эксперимента.
31. Классификация экспериментов.
32. Формирование групп в эксперименте.
33. Ошибки и трудности, возникающие при проведении эксперимента.
34. Экспериментальные исследования в практике маркетинга .

Раздел 7. Анализ документов в социологическом и маркетинговом исследовании

Вопросы для проведения устного опроса

1. Статистические методы группировки и анализа информации.
2. Основные принципы и этапы обработки первичной информации на ПЭВМ.
3. Табличное и графическое представление социологических и маркетинговых данных.
4. Математические методы в анализе эмпирической информации. математические ожидания и дисперсия для интервальных и пропорциональных шкал.
5. Мода, медиана.
6. Методы корреляционного анализа.
7. Проверка гипотезы о независимости двух случайных величин для любого типа шкал.
8. Коэффициенты ранговой корреляции .

6.1.2. Материалы для проведения контрольных работ

Тематика контрольных работ

1. Музыкальные ориентации современной молодежи.
2. Стрессы и их влияние на личность студента.
3. Социальный портрет предпринимателя-студента.
4. Феномен «зайца» в общественном транспорте.
5. Политические ориентации современного студенчества.
6. Неформальные молодежные объединения: факторы формирования и характер деятельности.
7. Проблема суеверий в студенческой среде.
8. Средняя и высшая школа: проблема выбора профессиональных ориентаций.
9. Отношение студентов к телевизионной рекламе.
10. Образ вуза в восприятии абитуриентов и студентов.
11. Проблема наркомании в молодежной среде.
12. Религия для современной молодежи: «дань моде» или основа мировосприятия?
13. Проблема развода в восприятии студентов.
14. Популярность местной прессы среди студентов.
15. Формы активности студентов на семинаре и факторы, их определяющие.
16. Будущая профессия – престиж или дело «по душе»?
17. Феномен слухов в студенческой среде.
18. Отношение студентов к службе в армии.
19. Молодежный студенческий сленг.
20. Идеальный преподаватель глазами студентов.

21. Самый лучший район.
22. Лидер сотовой связи.
23. Самая популярная торговая сеть (магазин).
24. Проблема российских автомобильных дорог.
25. Российские и иностранные автомобили: преимущества и недостатки выбора.
26. Лидер продаж среди стиральных машин.
27. Оптимальный возраст для вступления в брак.
28. Образование: состояние, тенденции, перспективы.
29. Влияние рекламы на уровень продаж.
30. Влияние телерекламы на формирование образа фирмы в сознании россиян.
31. Компьютер как ценность в сознании молодежи.
32. Отношение населения России к богатству и богатым.
33. Отношение российского населения к эмиграции и эмигрантам.
34. Политическая реклама и политическое поведение российского населения.
35. Потребительская реклама и потребительское поведение российского населения.
36. Социальная эффективность телевизионной рекламы.
37. Социальные факторы безработицы населения России.
38. Социальные причины распространения идеи гражданского брака в России.
39. Социальные факторы наркозависимости российской молодежи.
40. СМИ и искажение социальной реальности в сознании человека.

6.1.3 Практические задания

Тема «Программа прикладного исследования»

1. В чем состоит различие понятий «методология», «методика», «метод», какой из этих терминов, по Вашему мнению, занимает более высокую позицию по сравнению с другими терминами. Свой ответ обоснуйте.

2. Произведите интерпретацию следующих высказываний видных отечественных социологов современности о методологии и методах социологической науки, выскажите своё мнение по поводу прочитанного (согласитесь или выразите своё недоверие к мнению ученого):

а) «У методологии особая и очень почетная роль в организации научного знания, она служит как бы соединительным мостом между высоколобой теорией и приземленными методами. Она является основой научной работы, учением о структуре, логических операциях, методах и средствах деятельности ученого». (Добреньков В. И., Кравченко А. И. *Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 1. Теория и методология.* – М. : ИНФРА – М, 2003. – С. 435).

б) «Научное познание отличается от обыденного и философского своими методами познания, в нем существуют два уровня: эмпирический и теоретический уровень научного познания. В науке происходит своеобразное разделение труда между теми, кто наблюдает, измеряет, экспериментирует, добывает опытные данные, и теми, кто разрабатывает теорию. Каждый из них пользуется своими методами.» (Хагуров А. А. *Технология исследовательской деятельности.* – Москва – Краснодар: «Советская Кубань», 1998. – С. 22).

в) «Методология определяет, в какой мере собранные факты могут служить реальным и надежным основанием знания. Употребляется в значении системы приемов исследования и является собирательным термином, имеющим различные аспекты: универсальный (всеобщая научная методология), теоретически-прикладной в виде разработки основ частных теорий (общесоциологическая методология) и прикладной (логика исследования предметной области социологии)». (Ядов В. А. *Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности.* – М. : Издательство «Омега-Л», 2009. – С. 43-51).

г) «Методология – учение о методе, совокупность теоретических положений о том, какова природа научного знания, как строятся гипотезы, происходит их эмпирические подтверждения, как надо концептуализировать и операционализировать понятия, строить

выборочную совокупность, делать логический анализ данных и т. д.» (Кравченко А. И. Социология. – М. : ТК Велби, изд-во Проспект, 2008. – С. 52).

3. Перечислите основные этапы работы в подготовке и проведению социологического исследования.

4. Сравните между собой такие методы сбора, обработки и анализа данных как эксперимент и наблюдение.

5. Заполните таблицу, объясните назначение роли количественной и качественной стратегий социологии с приведением примеров методов:

	Количественная методология	Качественная методология
Сущность стратегии (определение)		
Основные черты		
Примеры стратегий		

6. Перечислите не менее пяти основных тактик по сбору информации, в чем состоит их различие? Охарактеризуйте следующие тактики качественной стратегии социологического исследования:

История жизни (биографический метод)

Восхождение к теории (grounded theory)

Этнографическое исследование

7. Дайте определение ПСИ (программы социологического исследования), укажите её основные функции.

8. Назовите достоинства и недостатки разновидности опросной методики интервью.

9. Чем отличается натурный эксперимент от «квазиэксперимента»?

10. Перечислите права и обязанности основных субъектов социологического исследования (интервьюера и респондента):

	Права	Обязанности
Интервьюер		
Респондент		

11. Правильно соотнесите между собой названия основных видов выборки социологического исследования с их определениями в таблице:

№	Вид выборки	Определение выборки
1	<i>Выборка репрезентативная</i>	№ __) – способ выборки, при котором генеральная совокупность разделяется на части, или «слои», после чего систематически отбираются элементы из каждого слоя
2	<i>Выборка случайная</i>	№ __) – выборка, которая базируется на теоретическом представлении об изучаемом феномене и его вариативности

3	<i>Выборка целевая</i>	№ __) – выборка, элементы которой отбираются из генеральной совокупности в соответствии с определенными исследовательскими целями
4	<i>Выборка стратифицированная</i>	№ __) – выборка, строго отражающая особенности и соотношение элементов генеральной совокупности
5	<i>Выборка теоретическая</i>	– выборка, в которую может попасть любой элемент генеральной совокупности с равной вероятностью

12. Заполните пропуски в основных видах документов, подвергающихся социологическому анализу (вставьте где необходимо название разновидности документа или впишите его примеры):

- а) _____ – (книги, пресса, письма, газеты);
б) *знаковые* – (_____);
в) *фонетические* – (_____);
г) _____ – (отчеты, справки, ведомости, обзоры, доклады, архивные документы);
д) *личные* – _____);
е) _____ – (паспорт, студенческий билет, диплом об образовании, водительские права).

Тема «Выборочный метод в прикладных исследованиях»

Обоснование и схема выборки

Определение генеральной совокупности: на основе поставленной цели исследования определите и опишите предполагаемые для исследования объекты. Например, в одном из учебных исследований, посвященном выбору форм продолжения образования после окончания бакалавриата, ставилась цель: дать комплексную характеристику магистрантов и студентов 5-го курса как социальной общности. В соответствии с поставленной целью объектами исследования были выбраны три группы: студенты 4-го, 5-го курсов и студенты 4-х магистратур. Студенты 4-го курса рассматривались в качестве заинтересованных заказчиков такого рода данных, в то время как студенты 5-го курса и магистратур как основных носителей важной для принятия решения информации. Выполнение данного пункта задания предполагает сбор максимального количества данных о генеральной совокупности: статистические данные и существующие описания объекта (по материалам опубликованных исследований, других имеющихся публикаций). Построение иерархической модели генеральной совокупности: при ее построении необходимо двигаться от общего уровня к частному (сверху – вниз). Цель построения модели: четкое представление о необходимых статистических данных для расчета выборки. Так, в описываемом примере выделялись три уровня: в качестве верхнего брались ключевые для цели исследования магистратуры - регионоведения и международных отношений и все остальные как отдельная группа, далее в структурную модель включались студенты 5 курса и еще ниже - 4 курса обучения. Отбор наиболее важных для достижения цели исследования групп: дайте обоснование и опишите отбираемые объекты исследования, а также укажите, какие факторы будут контролироваться при построении выборочной совокупности. Определение объема выборочной совокупности: обоснование численности планируемой выборки по каждой из целевых групп. В приводимом примере так описывалась процедура построения выборки. Выборочная совокупность составлялась из расчета минимальной подвыборки примерно 25-30 человек на каждую условную группу. Факторы половой принадлежности и социального положения при отборе не контролировались. В результате выборочная совокупность получилась достаточно

репрезентативной (25 человек с 5 курса факультета МО (из 112 по списку), 36 человек из магистратуры (12 из 24 человек – Регионоведения и 18 из 39 человек Международных отношений, 6 человек из других магистратур), 31 человек с 4 курса МО (из 125 по списку). Выборка по 4 курсу факультета МО с учетом ресурсов времени составлялась лишь с тем расчетом, чтобы выявить распределение предполагаемого выбора между дальнейшими ступенями образования.

Тема «Методы сбора данных»

Какими методами сбора информации можно воспользоваться для определения: партийной ориентации человека или социальной группы; качества образовательного процесса в высшем учебном заведении; мотивов электорального предпочтения в регионе; тенденций и характера изменения элиты российского общества; отношения мировых государств к военным действиям в Ираке; процесса адаптации школьников первых классов к учебе; особенности жизненного пути ученого-исследователя; влияния проводимой жилищно-коммунальной реформы на уровень жизни населения с разных точек зрения: населения, общественных организаций, органов власти, отвечающих за ее проведение.

Вопросы к заданию: Поясните свой ответ с изложением характеристик соответствующих методов. Объясните механизм использования метода сбора информации в каждом случае. Можно ли использовать несколько методов сбора информации для одного исследования из приведенных выше примеров? Информацию какого рода необходимо и возможно собрать для каждого отдельного случая? Следует ли в последнем примере использовать разные методы или нет? Аргументируйте свой ответ.

Тема «Анализ и обработка данных»

Первичная обработка и статистический анализ данных опроса Необходимым условием выполнения данного задания является наличие соответствующего запланированному объему выборки количества анкет. Выполните последовательно все 10 представленных в методических указаниях этапов анализа полученных данных

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	Результаты освоения образовательной программы
ПК-2	знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике
ПК-15	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса в следующем порядке:

ПК-2 знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

Дисциплины (модули), практики	Курсы					Форма промеж. аттестации
	1	2	3	4	5	
Б1.Б.17 Маркетинг		+				экзамен
Б1.В.ДВ.03.01 Технология подбора и найма персонала		+				экзамен
Б1.В.ДВ.03.02 Маркетинг персонала		+				экзамен
Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.		+				Зачет с оценкой
Б1.В.04 Методы прикладных исследований в социологии и маркетинге			+			Зачет с оценкой
Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты						

ПК-15 владением навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации

Дисциплины (модули), практики	Курсы					Форма промеж. аттестации
	1	2	3	4	5	
Б1.Б.10 Математика	++	+				Зачет, зачет, экзамен
Б1.Б.17 Маркетинг		+				экзамен
Б1.В.04 Методы прикладных исследований в социологии и маркетинге			+			Зачет с оценкой
Б1.В.10 Экономика и социология труда				++		Экзамен, экзамен
Б1.В.12 Управленческий учет и учет персонала				++		Экзамен, экзамен
Б2.В.04(Пд) Преддипломная					+	Зачет с

практика						оценкой
Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты						

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания.

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю). Критериями оценивания являются прохождение обучающимися процедур промежуточной аттестации.

ПК-2 - знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике				
Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
знать: знать: <ul style="list-style-type: none"> основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом методики систематизации полученных результатов, сравнения и сопоставления с аналогичными данными 	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом методики систематизации полученных результатов, сравнения и сопоставления с аналогичными данными	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом методики систематизации полученных результатов, сравнения и сопоставления с аналогичными данными. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом методики систематизации полученных результатов, сравнения и сопоставления с аналогичными данными, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: основы разработки и реализации кадровой политики и стратегии управления персоналом методики систематизации полученных результатов, сравнения и сопоставления с аналогичными данными, свободно оперирует приобретенными знаниями.

		испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.		
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять план работы по заданной теме, анализировать получаемые результаты; • планировать деятельность в рамках работы по решению практических и исследовательских задач; 	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет составлять план работы по заданной теме, анализировать получаемые результаты; планировать деятельность в рамках работы по решению практических и исследовательских задач.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: составлять план работы по заданной теме, анализировать получаемые результаты; планировать деятельность в рамках работы по решению практических и исследовательских задач. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: составлять план работы по заданной теме, анализировать получаемые результаты; планировать деятельность в рамках работы по решению практических и исследовательских задач результаты, но допускаются незначительные ошибки, неточности,</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: составлять план работы по заданной теме, анализировать получаемые результаты; планировать деятельность в рамках работы по решению практических и исследовательских задач. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях</p>

		показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	повышенной сложности.
владеть: • навыками планирования научно-практического исследования, анализа получаемых результатов и формулировки выводов	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками планирования научно-практического исследования, анализа получаемых результатов и формулировки выводов	Обучающийся владеет навыками планирования научно-практического исследования, анализа получаемых результатов и формулировки выводов в неполном объеме, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет навыками планирования научно-практического исследования, анализа получаемых результатов и формулировки выводов, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет навыками планирования научно-практического исследования, анализа получаемых результатов и формулировки выводов, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.
ПК-15 - владением навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, умением рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации				
Показатель	Критерии оценивания			

	2	3	4	5
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методологические основы проведения социологических и маркетинговых исследований; • подходы к формированию выборки 	<p>Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: методологические основы проведения социологических и маркетинговых исследований; подходы к формированию выборки</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: методологические основы проведения социологических и маркетинговых исследований; подходы к формированию выборки. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: методологические основы проведения социологических и маркетинговых исследований; подходы к формированию выборки, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: методологические основы проведения социологических и маркетинговых исследований; подходы к формированию выборки, свободно оперирует приобретенными знаниями.</p>
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рассчитывать численность и профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации 	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет рассчитывать численность и профессиональный</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: рассчитывать численность и профессиональный</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: рассчитывать численность и</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: рассчитывать численность и профессиональный</p>

	состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации.	состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	профессиональный состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации 	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации	Обучающийся владеет навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей,	Обучающийся частично владеет навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических	Обучающийся в полном объеме владеет навыками сбора информации для анализа внутренних и внешних факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной

		Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	сложности.
--	--	---	--	------------

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта с оценкой проводится по результатам выполнения все видов учебной работы, предусмотренных учебным планом.

Шкала оценивания	Балл	Описание
Отлично	5	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, свободно применяет их в ситуациях повышенной сложности.
Хорошо	4	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует частичное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей: знания, умения и навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Удовлетворительно	3	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
Неудовлетворительно	2	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует полное отсутствие или явную недостаточность знаний, умений, навыков в соответствие с приведенными показателями.

7.3. Типовые контрольные задания промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

7.3.1. Задания к зачету

Задания для проверки результатов обучения «знать»

1. Теоретические и прикладные эмпирические социологические исследования.
2. Специфика прикладного социологического исследования.
3. Сущность маркетинговых исследований. Основные направления исследований.
4. Характеристика основных видов прикладных исследований: пилотажного, описательного, аналитического, монографического, точечного, трендового, панельного, сравнительного, оперативного, маркетингового.
5. Этапы исследовательской процедуры.
6. Основные этапы прикладного исследования.
7. Структура программы прикладного исследования.
8. Проблема, цель и задачи исследования.

9. Понятие объекта и предмета исследования. Определение и интерпретация основных понятий.
10. Понятие гипотезы, ее роль в научном исследовании. Классификация, формулировка и проверка гипотез.
11. Рабочий план и сетевой график разработки и реализации программы прикладного исследования.
12. Сплошные и выборочные исследования. Общая характеристика выборочного метода и его использование в прикладных исследованиях.
13. Генеральная и выборочная совокупности. Объем и ошибки выборки.
14. Вероятностные методы выборки и их применение в социологии и маркетинге.
15. Многоступенчатая выборка и ее применение в прикладных исследованиях.
16. Понятие измерения, специфика измерения в прикладных исследованиях.
17. Классификация измерительных шкал, используемых в прикладных исследованиях.
18. Общая характеристика анализа документов как метода сбора первичной информации в исследовании.
19. Понятие документа и классификация документов в социологии и маркетинге.
20. Основные методы анализа документов. Разработка программы анализа документальной информации. Качественный и количественный анализ документов. Контент-анализ.
21. Общая характеристика опроса как метода сбора первичной информации.
22. Процесс опроса, его организация и стадии.
23. Социально-психологические особенности взаимодействия исследователя и респондента.
24. Анкетный опрос и его разновидности. Организация анкетного опроса.
25. Организация и методы опроса экспертов. Применение опроса экспертов в процессе разработки и принятия управленческих и маркетинговых решений
26. Организация и проведение опроса методом интервью. Классификация интервью.
27. Метод фокус-групп и его применение в маркетинговых исследованиях. Обеспечение надежности получаемой методом интервью первичной информации.
28. Отличительные черты научного наблюдения как метода сбора первичной информации, его достоинства и недостатки. Классификация наблюдений. Роль и качества наблюдателя в проведении исследования. Формы записи результатов наблюдения.
29. Сущность научного эксперимента. Требования к социальному эксперименту. Классификация экспериментов. Формирование групп в эксперименте.
30. Статистические методы группировки и анализа информации. Основные принципы и этапы обработки первичной информации на ПЭВМ.
31. Табличное и графическое представление социологических и маркетинговых данных.
32. Математические методы в анализе эмпирической информации. математические ожидания и дисперсия для интервальных и пропорциональных шкал. Мода, медиана.
33. Методы корреляционного анализа. Проверка гипотезы о независимости двух случайных величин для любого типа шкал. Коэффициенты ранговой корреляции.

Задания для проверки результатов обучения «уметь»

№1. В соответствии с задачами программы социологического (маркетингового исследования), учитывая нижеуказанные рекомендации, произвести расчет численность и профессионального состав персонала в соответствии со стратегическими планами организации (предприятия, фирмы) где производится сбор первичной социологической информации. Выполнение задания рекомендовано в течение 30 минут.

№ 2. Используя при необходимости приведенный теоретический материал, подготовить развернутую схему (с иерархическим распределением) функционального, профессионально-квалификационного состава подразделения, куда будут внедрятся результаты проведенного социологического или маркетингового исследования с принятием необходимых управленческих решений. Допускается внесение корректив в виду специфики исследуемого

персонала организации, (фирмы, компании и т.п.), подведомственности и прочего. Выполнение задания рассчитано в течение 1 ак.ч.

№ 3. Определить ситуации, когда можно использовать метод наблюдения. Для каждой из них разработать листок наблюдения

Задания для проверки результатов обучения «владеть».

№1. По результатам проведенного полевого исследования по выбранной тематике социологического или маркетингового исследования построить одномерные таблицы, таблицы сопряженности, определить валидные проценты, сравнить эмпирические и теоретические частоты. (Возможно дополнительное приведение статистико-математических расчетов, если того требуют задачи исследования). Представить полученные результаты в виде гистограмм (диаграмм). Выполнение задания рассчитано в течение 1 ак.ч.

№ 2. Составить аналитический отчет по следующему плану:

1. Вводная часть, содержащая описание ситуации, суть проблемы и рабочие гипотезы, цели исследования;
2. Описание методов получения информации, формирование целевой выборки, а также сроки проведения исследования;
3. Описание полученных результатов с использованием наглядных методов представления информации;
4. Выводы и рекомендации по исследуемой проблеме, которые, как правило, либо подтверждают, либо опровергают рабочую гипотезу

№ 3. Группа разбивается на пары. Студенты обмениваются информационно-аналитическими отчетами и проводят информационно-целевой анализ текста своего напарника, а также определяют не только качество подготовленного материала, но и дают оценку возможности использования аналитического отчета для своевременного принятия управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (в условиях конкретного предприятия)

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию обучающихся. Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля), промежуточная аттестация обучающихся – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (модулю) (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ).

Процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), в том числе процедуры текущего контроля успеваемости и порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся установлены локальным нормативным актом МАДИ.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, в том числе:

а) основная литература:

1. Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. Маркетинг - М.:Дашков и К, 2018. - 362 с.: ISBN 978-5-394-02115-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415135>
2. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А.В. Коротков. – 3-е изд., перераб и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2014. – 595 с.
3. Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - М.:Дашков и К, 2017. - 296 с.: 60x88 1/16. - (Учебные

издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01470-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/336541>

4. Зайцев А.Г., Такмакова Е.В. Маркетинговые исследования: Учебное пособие/А.Г.Зайцев, Е.В.Такмакова - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 88 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-369-01444-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/500604>

б) дополнительная литература:

1. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования: учебник для магистров / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 540с.
2. Калюжной Н.Я., Якобсона А.Я. Маркетинг : общий курс : учебное пособие / под редакцией Н.Я. Калюжной, А.Я. Якобсона. — 4-е изд. — Москва : Омега-Л, 2010. — 476 с. — ISBN 978-5-370-01493-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/5532>.
3. Балыбердин, В.А. Прикладные методы оценки и выбора решений в стратегических задачах инновационного менеджмента : учебное пособие / В.А. Балыбердин, А.М. Белевцев, Г.П. Бендерский. — Москва : Дашков и К, 2017. — 240 с. — ISBN 978-5-394-02361-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93455>
4. Грекул, В.И. Проектное управление в сфере информационных технологий / В.И. Грекул, Н.В. Коровкина, Ю.В. Куприянов. — 2-е изд. (эл.). — Москва : Лаборатория знаний, 2015. — 339 с. — ISBN 978-5-9963-2978-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/70739>
5. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. - 512 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0175-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/255787>

в) ресурсы сети «Интернет», программное обеспечение и информационно-справочные системы:

1. <http://www.vf.madi.ru/moodle> - Электронная информационно-образовательная среда ВФ МАДИ
2. <https://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://znanium.com> - Электронно-библиотечная система «Znanium.com»
4. Пакет прикладных программ Microsoft Office 2016 (Excel).

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

В перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) входят:

- опорный конспект лекций по дисциплине (модулю);
- методические материалы практических (семинарских) занятий;

Данные методические материалы входят в состав методических материалов образовательной программы.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Аудитория 439 – учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, (компьютерный класс)	Учебная мебель: стол – 17 шт., стулья- 33 шт., компьютерное кресло -13 шт., стол однотумбовый – 1 шт., стол компьютерный -12шт., кафедра настольная -1 шт., шкаф -4 шт., доска аудиторная трехстворчатая; стенд – 3 шт; плакаты -7 шт. (45 посадочных мест). Оборудование: компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВФ МАДИ: компьютеры DEPO– 14 шт., телевизор LG, системный блок, МФУ KYOCERA, конструктор ARDUINO -10 шт.
2.	Аудитория 208 – для самостоятельной работы студентов	Учебная мебель: стол – 21 шт., стулья- 21 шт., стул офисный – 12 шт., компьютерное кресло -6 шт., стол однотумбовый – 1 шт., стол компьютерный -5 шт., кафедра настольная -2 шт., шкаф -1 шт., доска аудиторная трехстворчатая; стойка наклонная - 4 шт., стенд – 6 шт. настенная карта -1 шт. (38 посадочных мест). Оборудование: компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВФ МАДИ: компьютеры – 13 шт., экран настенный Luma

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять не менее 9 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить не менее 3 часов.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций – сложный вид аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Более подробная информация по данному вопросу содержится в методических материалах лекционного курса по дисциплине (модулю), входящих в состав образовательной программы.

Практические (семинарские) занятия

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом занятия, который отражает содержание предложенной темы. Практическое задание необходимо выполнить с учетом предложенной преподавателем инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия и участия в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий.

Структура практического занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие состоит из трёх частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено рабочей программой дисциплины (модуля).
3. Подведение итогов занятия.

Обсуждение теоретических вопросов проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов.

Преподавателями определяется его содержание практического задания и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно).

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Более подробная информация по данному вопросу содержится в методических материалах практических занятий по дисциплине (модулю), входящих в состав образовательной программы

Промежуточная аттестация

Каждый учебный семестр заканчивается сдачей зачетов (по окончании семестра) и экзаменов (в период экзаменационной сессии). Подготовка к сдаче зачетов и экзаменов является также самостоятельной работой студента. Основное в подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) – повторение всего учебного материала дисциплины, по которому необходимо сдавать зачет или экзамен.

Только тот студент успевает, кто хорошо усвоил учебный материал. Если студент плохо работал в семестре, пропускал лекции (если лекции предусмотрены учебным планом), слушал их невнимательно, не конспектировал, не изучал рекомендованную литературу, то в процессе подготовки к сессии ему придется не повторять уже знакомое, а заново в короткий срок изучать весь учебный материал. Все это зачастую невозможно сделать из-за нехватки времени.

Для такого студента подготовка к зачету или экзамену будет трудным, а иногда и непосильным делом, а конечный результат – академическая задолженность, и, как следствие, возможное отчисление.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО).

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена на заседании кафедры («2» марта 2020 г., протокол №7).

Разработчики:

п/п	Ф.И.О.	Подпись
1.	Петрова Анна Владимировна	

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена на заседании учёного совета факультета («10» марта 2020 г., протокол № 7).

Председатель учёного совета факультета



/ С.А. Соловьева/