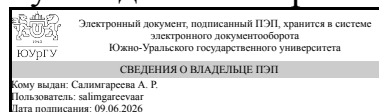


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



А. Р. Салимгареева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.12.М2.03 Маркетинговые исследования и стратегическое планирование

для направления 40.03.01 Юриспруденция

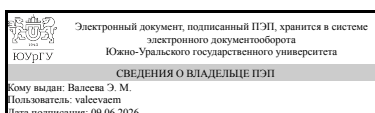
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Социология

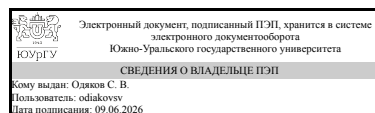
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция, утверждённым приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1011

Зав.кафедрой разработчика,
к.пед.н.



Э. М. Валеева

Разработчик программы,
к.социол.н., доц., доцент



С. В. Одяков

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является: ознакомление со спецификой применения социологических методов в маркетинговых исследованиях, различными аспектами методов организации и проведения социологических исследований различного типа, направленных на решение маркетинговых задач. Задачами дисциплины являются: 1. Развитие представлений об основных тенденциях развития сферы маркетинговых и социологических исследований в мире и России; 2. Развитие способности к объективной, многомерной оценке социальных и маркетинговых проблем; 3. Формирование умения оперировать понятиями науки, использовать разработанные специалистами в данной области теоретические модели для объяснения явлений в сфере маркетинга и стратегического планирования; 4. Развитие способности овладевать методами решения прикладных задач в рамках проблем сферы маркетинга и стратегического планирования; 5. Формирование способности анализировать социологические данные, используемые в практике работы маркетинговых организаций.

Краткое содержание дисциплины

Социология и маркетинг: области взаимодействия. Процесс маркетингового исследования. Типология данных, методы сбора и анализа. Маркетинговые исследования в области товара. Анализ ценовых стратегий. Исследования в области рекламы. Маркетинговые исследования в области конкурентов. Маркетинговые исследования в области потребительского поведения.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | Знает: методологию маркетинговых исследований, виды маркетинговой информации и требования к ней, источники маркетинговой информации Умеет: определять цели и задачи маркетинговых исследований, виды необходимой маркетинговой информации Имеет практический опыт: обработки стратегической информации с использованием информационных технологий и представления результатов маркетинговых исследований |
| УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | Умеет: Имеет практический опыт: применения социологических методов в маркетинговых исследованиях, различными аспектами методов организации и проведения социологических исследований различного типа |

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| | |
|---|---|
| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|---|---|

| | |
|--|-------------------------|
| <p>1.Ф.12.М1.01 Организационное поведение и лидерство, 1.Ф.12.М2.02 Цифровые методы, анализ данных и визуализация (на базе SPSS), 1.Ф.12.М5.02 Современные методы решения проблем энерго- и ресурсосбережения, 1.Ф.01 Введение в профессию и профессиональная этика, 1.Ф.12.М3.01 Основы экономики фирмы, 1.Ф.12.М4.02 Антикоррупционная экспертиза нормативных актов и их проектов, 1.Ф.12.М4.01 Основы судебно-экспертной деятельности, 1.Ф.12.М2.01 Методология и методы социологических исследований, 1.Ф.12.М3.02 Основы предпринимательской деятельности, 1.Ф.12.М1.02 Актуальные аспекты современных профессиональных коммуникаций, 1.Ф.12.М5.01 Современные экологические проблемы</p> | <p>Не предусмотрены</p> |
|--|-------------------------|

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина | Требования |
|--|---|
| <p>1.Ф.12.М3.01 Основы экономики фирмы</p> | <p>Знает: актуальные вопросы экономики фирмы, основы управления фирмой; законодательство Российской Федерации об управлении бизнесом через корпоративные и договорные конструкции, принципы планирования индивидуальной и коллективной работы в рамках проекта государственно-частного партнерства; правила рационального решения задач в рамках такого проекта; основы управления фирмой; закономерности, структуру, институциональную организацию цифровой экономики, основные формы оборота криптовалюты в мировой системе финансов, особенности правового регулирования оборота криптовалюты Умеет: предвидеть тенденции развития законодательства в сфере регулирования цифровых экономических отношений; выбирать оптимальные формы ведения бизнеса; определять правовые формы развития бизнеса на всех стадиях организации структуры бизнеса, минимизации рисков и распределения ответственности, осуществлять выбор оптимальных форм ведения бизнеса; определять понятие финансовых технологий, их значение и место в системе рынка криптовалют Имеет практический опыт: принятия юридически значимых решений и оформления их в точном соответствии с нормами гражданского законодательства о</p> |

| | |
|---|---|
| | структурировании бизнеса, принятия юридически значимых решений и оформления их в точном соответствии с нормами законодательства о бизнесе |
| 1.Ф.12.М2.01 Методология и методы социологических исследований | Знает: формирование целостного представления о проведении эмпирического социологического исследования, практических навыков применения методов Умеет: Имеет практический опыт: целостного представления о проведении эмпирического социологического исследования, практических навыков применения методов |
| 1.Ф.12.М4.02 Антикоррупционная экспертиза нормативных актов и их проектов | Знает: Российское и применимое зарубежное законодательство в сфере противодействия коррупции; разъяснения и обзоры судебной практики в сфере противодействия коррупции; методические рекомендации, разъяснения и иные инструктивные материалы по предупреждению коррупции в организациях; правовые и организационные основы антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и их проектов в целях выявления в них коррупциогенных факторов, особенности назначения и производства экспертиз отдельных видов Умеет: анализировать законодательство и судебную практику в сфере противодействия коррупции; выявлять в ходе проведения юридических экспертиз дефекты правовых актов и их проектов, формулировать предложения по их устранению; применять методику проведения антикоррупционной экспертизы в органах государственной власти и независимыми экспертами Имеет практический опыт: составления заключения эксперта и специалиста, оформления приложений к заключению эксперта, специалиста; анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности, применения теоретических знаний, необходимых для производства технико-криминалистических экспертиз и исследований документов; анализа института антикоррупционной экспертизы в системеправового мониторинга |
| 1.Ф.12.М5.02 Современные методы решения проблем энерго- и ресурсосбережения | Знает: инженерные способы защиты окружающей среды, замкнутые циклы, инженерные способы защиты окружающей среды, замкнутые циклы Умеет: выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Имеет практический опыт: анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности, использования приемов совершенствования собственных |

| | |
|---|---|
| | знаний, навыков; выбора направления профессионального развития; рационального управления собственным временем |
| 1.Ф.12.М4.01 Основы судебно-экспертной деятельности | Знает: классификацию судебных экспертиз на роды и виды, особенности и проблемные вопросы цифровизации судопроизводства и деятельности правоохранительных органов, теоретические основы экспертологии, традиционных криминалистических экспертиз; Умеет: выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; применять современные методы и возможности судебных экспертиз Имеет практический опыт: освоения современных методов и возможностей судебных экспертиз, применения полученных знаний в области судебной экспертологии |
| 1.Ф.12.М2.02 Цифровые методы, анализ данных и визуализация (на базе SPSS) | Знает: аналитические функции и надстройки SPSS, других приложений и Интернет-сервисов, необходимых в работе аналитика судопроизводства и деятельности правоохранительных органов; Умеет: применять базовые и расширенные возможности для загрузки, фильтрации, форматирования и организации данных, необходимых для решения аналитических задач и возникающие в связи с ними уголовно-правовые отношения; применять имеющуюся нормативную базу, регламентирующую вопросы цифровизации, правовые позиции высших судебных инстанций Имеет практический опыт: анализа социологической информации с помощью компьютерных программ, формирования навыка анализа социологической информации с помощью компьютерных программ |
| 1.Ф.12.М1.02 Актуальные аспекты современных профессиональных коммуникаций | Знает: индивидуальный стиль собственной деятельности, свои личностные ресурсы, понятия и психологические концепции профессионального развития личности, современные медиа технологии, особенности межличностной и организационной коммуникаций, и даже саму философию человека 21 века Умеет: выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, применять все медиа технологии Имеет практический опыт: выбора оптимальных способов достижения поставленной цели путем последовательного решения тактических задач в рамках профессиональных коммуникаций, планирования и реализации коммуникационных стратегий и тактик для достижения целей |
| 1.Ф.12.М1.01 Организационное поведение и лидерство | Знает: профессиональные компетенции лидера и моделирование лидерских компетенций на исторических примерах выдающихся личностей Умеет: проводить оценку различных факторов на |

| | |
|---|--|
| | <p>конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их профессиональной деятельности Имеет практический опыт: навыков работы в команде и управление командой</p> |
| <p>1.Ф.12.М3.02 Основы предпринимательской деятельности</p> | <p>Знает: способы формирования комплекса знаний о правовом регулировании предпринимательской деятельности, специфике регулирования отдельных отраслей экономики, государственном контроле, понятие и виды предпринимательской деятельности, правовое регулирование предпринимательской деятельности; основные требования к проекту, функционал менеджера проекта, методики работы в проекте Умеет: использовать методы самообучения в целях формирования комплексного представления о правовом регулировании предпринимательской деятельности, специфике регулирования отдельных отраслей экономики и государственном контроле; реализовывать намеченные цели деятельности, решать задачи, связанные с государственным регулированием и осуществлением государственного контроля в сфере предпринимательской деятельности в соответствии с законодательством РФ Имеет практический опыт: принятия решений в точном соответствии с законом;, работы с нормативными правовыми актами и иными официальными документами в сфере предпринимательской деятельности; определения особенностей правового регулирования отдельных отраслей экономики;</p> |
| <p>1.Ф.12.М5.01 Современные экологические проблемы</p> | <p>Знает: проблемы экологии в современном мире Умеет: Имеет практический опыт: анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности, использования приемов совершенствования собственных знаний, навыков; выбора направления профессионального развития; рационального управления собственным временем</p> |
| <p>1.Ф.01 Введение в профессию и профессиональная этика</p> | <p>Знает: "формы и способы повышения квалификации;способы самооценки;приемы самообразования и саморазвитияпрофессиональные и морально-этические требования, предъявляемые к юристу; основы профессиональной этики юриста" Умеет: выбирать способ повышения квалификации, приемы самообразования Имеет практический опыт: соблюдения этических норм и правил</p> |

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 72,5 ч. контактной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|---|-------------|------------------------------------|--|
| | | Номер семестра | |
| | | 5 | |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 144 | 144 | |
| <i>Аудиторные занятия:</i> | 64 | 64 | |
| Лекции (Л) | 32 | 32 | |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 32 | 32 | |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | 0 | |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i> | 71,5 | 71,5 | |
| Подготовка к экзамену | 15 | 15 | |
| Подготовка к семинарским занятиям. работа с литературой | 17 | 17 | |
| Выполнение практической работы "Позиционирование товара" с использованием соц. методов" | 6 | 6 | |
| Подготовка и выполнение самостоятельной работы "СВОТ-анализ предприятия" | 13,5 | 13,5 | |
| Решение ситуационных задач | 20 | 20 | |
| Консультации и промежуточная аттестация | 8,5 | 8,5 | |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен) | - | диф.зачет | |

5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | |
|-----------|---|---|---|----|----|
| | | Всего | Л | ПЗ | ЛР |
| 1 | Социология и маркетинг: области взаимодействия | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 2 | Процесс маркетингового исследования | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 3 | Типология данных, методы сбора и анализа | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 4 | Маркетинговые исследования в области товара. | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 5 | Анализ ценовых стратегий | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 6 | Маркетинговые исследования в области конкурентов. | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 7 | Маркетинговые исследования в области потребительского поведения | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 8 | Маркетинговые исследования в области рекламы | 8 | 4 | 4 | 0 |

5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия | Кол-во часов |
|----------|-----------|---|--------------|
| 1 | 1 | Социология и маркетинг: области взаимодействия. Понятие маркетинга и маркетингового исследования. | 2 |
| 2 | 1 | Социология и маркетинг: области взаимодействия. Сходства и различия маркетингового и социологического исследования. | 2 |
| 3 | 2 | Процесс маркетингового исследования | 4 |
| 4 | 3 | Типология данных, методы сбора и анализа | 4 |

| | | | |
|----|---|--|---|
| 6 | 4 | Маркетинговые исследования в области товара. Исследования продукта на различных этапах его жизненного цикла. | 4 |
| 7 | 5 | Анализ ценовых стратегий | 4 |
| 8 | 6 | Маркетинговые исследования в области конкурентов. | 4 |
| 9 | 7 | Маркетинговые исследования в области потребительского поведения | 4 |
| 10 | 8 | Маркетинговые исследования в области рекламы | 4 |

5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---|--------------|
| 1 | 1 | Понятие маркетинга. Назначение социологических и маркетинговых исследований. История маркетинговых исследований в мире и России. | 4 |
| 2 | 2 | Этапы маркетингового исследования. Программа социологического и маркетингового исследования: общее и особенное. Отчет по результатам исследования. Понятие и структура брифа, особенности брифинга. Расчет бюджета исследования. Исследования на заказ и исследование собственными силами | 4 |
| 3 | 3 | Первичная и вторичная информация. Источники информации. Понятие базы данных. Способы получения информации. Маркетинговая информационная служба на предприятии. | 4 |
| 4 | 4 | Понятие жизненного цикла товара, основные теории. Кривая жизненного цикла, ее анализ. Специфика каждого этапа ЖЦТ и исследований товара на нем. | 4 |
| 5 | 5 | Значение цены на товар в прибыли фирмы. Закон спроса и предложения. Кривые спроса и предложения. Области ценовых исследований. | 4 |
| 6 | 6 | Понятие конкуренции, конкурентоспособности фирмы. Виды и формы конкуренции. Особенности рыночной экономики. Методы конкурентной разведки. | 4 |
| 7 | 7 | Потребитель в рыночной экономике. Методы изучения потребителей. Сегментация потребителей по различным основаниям. | 4 |
| 8 | 8 | Роль рекламы в деятельности фирмы. Виды рекламы. Особенности исследований мотивационной составляющей в рекламе. Специфика проведения рекламных кампаний. | 4 |

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС | | | |
|-----------------------|--|---------|--------------|
| Подвид СРС | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс | Семестр | Кол-во часов |
| Подготовка к экзамену | Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2–е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.; Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.; | 5 | 15 |

| | | | |
|---|--|---|------|
| | Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с. | | |
| Подготовка к семинарским занятиям. работа с литературой | Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.; Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.; Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с. | 5 | 17 |
| Выполнение практической работы "Позиционирование товара" с использованием соц. методов" | Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.; Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.; Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с. | 5 | 6 |
| Подготовка и выполнение самостоятельной работы "СВОТ-анализ предприятия" | Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.; Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с.; Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с. | 5 | 13,5 |
| Решение ситуационных задач | Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с. | 5 | 20 |

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля | Название контрольного мероприятия | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов | Учитывается в ПА |
|------|----------|------------------|-----------------------------------|-----|------------|--|--------------------------|
| 1 | 5 | Текущий контроль | Опрос 1 | 1 | 5 | Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---------|---|---|--|--------------------------|
| | | | | | <p>для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении.</p> <p>4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии.</p> <p>3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов.</p> <p>2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии</p> <p>1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре.</p> <p>0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.</p> | | |
| 2 | 5 | Текущий контроль | Опрос 2 | 1 | 5 | <p>Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в</p> | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---------|---|---|---|--------------------------|
| | | | | | | <p>обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.</p> | |
| 3 | 5 | Текущий контроль | Опрос 3 | 1 | 5 | <p>Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1</p> | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---------|---|---|---|--------------------------|
| | | | | | | из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре. | |
| 4 | 5 | Текущий контроль | Опрос 4 | 1 | 5 | Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре. | дифференцированный зачет |
| 5 | 5 | Текущий | Опрос 5 | 1 | 5 | Проводится на | дифференцированный |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---------|---|---|--|--------------------------|
| | | контроль | | | | семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. 5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении. 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре. | зачет |
| 6 | 5 | Текущий контроль | Опрос 6 | 1 | 5 | Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. | дифференцированный зачет |

| | | | | | | |
|---|---|------------------|---------|---|--|--------------------------|
| | | | | | <p>5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении.</p> <p>4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии.</p> <p>3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов.</p> <p>2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии</p> <p>1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре.</p> <p>0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.</p> | |
| 7 | 5 | Текущий контроль | Опрос 7 | 1 | <p>Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные.</p> <p>Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов.</p> <p>5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении.</p> <p>4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии.</p> <p>3 – студент подготовил</p> | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|---|---|------------------|---------|---|---|--|--------------------------|
| | | | | | | <p>ответы на 2 из 5 вопросов.</p> <p>2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии</p> <p>1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре.</p> <p>0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.</p> | |
| 8 | 5 | Текущий контроль | Опрос 8 | 1 | 5 | <p>Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании 4-5 вопросов основных и дополнительные.</p> <p>Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов.</p> <p>5 баллов выставляется при готовности ответов на все вопросы, активном участии в обсуждении.</p> <p>4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии.</p> <p>3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов.</p> <p>2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии</p> <p>1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре.</p> <p>0 баллов – студент не</p> | дифференцированный зачет |

| | | | | | | | |
|----|---|--------------------------|---|---|----|---|--------------------------|
| | | | | | | подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре. | |
| 9 | 5 | Текущий контроль | Практическая работа "Позиционирование товара с использованием социологических методов" | 1 | 10 | За выполнение работы начисляется максимум 10 баллов. За точные и правильно выполненные все задания начисляется 10 баллов. Небольшие недочеты в 1 задании - 9 баллов. Наличие недочетов в 2х заданиях оценивается в 8 и 7 баллов соответственно. Полностью выполненных 1 задания из 2х оцениваются в 6 баллов. Частично выполненные все задания оцениваются в 4-5 балла. Наличие грубых ошибок в заданиях 0-3 баллов. | дифференцированный зачет |
| 10 | 5 | Текущий контроль | Практическая работа "Свот анализ" | 1 | 10 | За выполнение работы начисляется максимум 10 баллов. За точные и правильно выполненные все задания начисляется 10 баллов. Небольшие недочеты в 1 задании - 9 баллов. Наличие недочетов в 2х заданиях оценивается в 8 и 7 баллов соответственно. Полностью выполненных 1 задания из 2х оцениваются в 6 баллов. Частично выполненные все задания оцениваются в 4-5 балла. Наличие грубых ошибок в заданиях 0-3 баллов. | дифференцированный зачет |
| 11 | 5 | Промежуточная аттестация | Экзамен | - | 40 | Каждый студент получает 2 вопроса из разных разделов курса. При неправильном ответе студенту могут быть заданы уточняющие или новые вопросы из этой темы. 40 баллов - ответ | дифференцированный зачет |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Солдерс, Вероника Вонг; пер. с англ. – 2–е европ. изд. – М.: Вильямс, 2003.- 944с.: ил.- ISBN 5-8459-0088-3.

б) дополнительная литература:

1. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст]: учебник / В.И. Беляев.- 4-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2010.-680с. - ISBN 978-5-406-00156-1
2. Панкрухин, А.П. Маркетинг [Текст]: учебник / А.П. Панкрухин.- 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2005.- 656с.- ISBN 5-98119-410-3.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Социологические исследования
2. Журнал социологии и социальной антропологии
3. Личность. Культура. Общество

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Социологические методы в маркетинговых исследованиях

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Социологические методы в маркетинговых исследованиях

Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание |
|---|---------------------------|--|---|
| 1 | Основная литература | ЭБС издательства Лань | Маркетинговые исследования: курс лекций : учебное пособие / Е. Н. Ванчикова, Н. А. Золотарева, О. А. Осодоева [и др.]. — Улан-Удэ : ВСГУТУ, 2015. — 196 с. — ISBN 978-5-89230-678-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/236288 (дата обращения: 29.05.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей. |
| 2 | Дополнительная литература | Образовательная платформа Юрайт | Литвак, Б. Г. Стратегическое планирование и прогнозирование : учебник для вузов / Б. Г. Литвак. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16674-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568539 |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий | № ауд. | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|---------------------------------|------------|--|
| Экзамен | 210 (1) | количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт. |
| Практические занятия и семинары | 210 (1) | количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт. |
| Самостоятельная работа студента | 210 (1) | количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт. |
| Лекции | 210 (1) | количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт. |