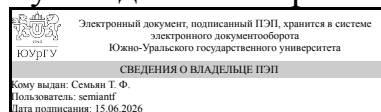


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



Т. Ф. Семьян

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.02.М6.03 Маркетинговые исследования и стратегическое планирование

для направления 45.03.01 Филология

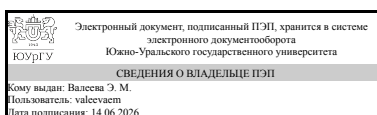
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Социология

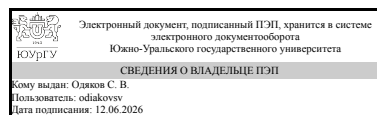
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 45.03.01 Филология, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 986

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: особенности маркетингового исследования в области товара, анализа ценовых стратегий; особенности исследования в области рекламы, маркетинговых исследований в области конкурентов, маркетинговых исследований в области потребительского поведения Умеет: использовать различные методы организации и проведения социологических исследований различного типа, направленных на решение маркетинговых задач Имеет практический опыт: применения социологических методов в маркетинговых исследованиях

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.02.М5.01 Социальная квалиметрия, оценка качества и стандартизация услуг, 1.Ф.02.М7.01 Функционально-стоимостной анализ и теория ошибок,	Не предусмотрены

1.Ф.02.М3.01 Эмоции человека и саморегуляция, 1.Ф.02.М4.02 Культура речевого общения на русском языке как иностранном, 1.Ф.02.М2.01 Управление коммуникациями, 1.О.06 Правоведение, 1.Ф.02.М4.01 Практическая грамматика русского языка как иностранного, 1.Ф.02.М8.01 Основы VR-коммуникаций, 1.Ф.02.М3.02 Основы личностного роста, 1.Ф.02.М7.02 Инструментарий решения изобретательских задач, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	
--	--

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

Дисциплина	Требования
1.О.06 Правоведение	Знает: систему права, механизм и средства правового регулирования, реализация права; правовые аспекты профессиональной деятельности, сущность коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями Умеет: принимать решения и совершать профессиональные действия в точном соответствии с законом; оценивать факты и явления профессиональной деятельности с нравственной и правовой точек зрения, анализировать и правильно применять правовые нормы о противодействии коррупционному поведению Имеет практический опыт: юридического анализа социально значимых проблем, процессов и явлений, работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами
1.Ф.02.М5.01 Социальная квалиметрия, оценка качества и стандартизация услуг	Знает: современные концепции социальной квалиметрии, методы оценки качества и стандартизации социальных услуг Умеет: анализировать современные концепции социальной квалиметрии и применять методы оценки качества и стандартизации социальных услуг Имеет практический опыт: использования современных концепций социальной квалиметрии и методы оценки качества и стандартизации социальных услуг
1.Ф.02.М8.01 Основы VR-коммуникаций	Знает: специфику VR-коммуникации в сфере журналистики, существующие VR-проекты, основные принципы создания VR-проектов, особенности взаимодействия с аудиторией в процессе VR-коммуникации Умеет: анализировать существующие VR-проекты, определять способы решения задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Имеет практический опыт: решения поставленных

	задач в сфере изучения VR-проектов, разработки концепции VR-проектов
1.Ф.02.М7.01 Функционально-стоимостной анализ и теория ошибок	Знает: основы тайм-менеджмента, основы функционально-стоимостного анализа (ФСА) и теории ошибок Умеет: планировать свой временной режим работы, выявлять ансамбли неприятностей (нежелательных эффектов) в системах – ядра задач Имеет практический опыт: планирования и управления своим временем в ходе саморазвития, выявления неприятностей (нежелательных эффектов) в ходе ФСА
1.Ф.02.М4.02 Культура речевого общения на русском языке как иностранном	Знает: приемы планирования и выстраивания траектории профессионального развития (совершенствования навыков культуры речи на русском языке как иностранном), стратегии определения целей и задач на русском языке в соответствии с требованиями культуры речевого общения на русском языке Умеет: планировать и выстраивать траекторию своего профессионального развития (совершенствования навыков культуры речи на русском языке как иностранном) на основе навыков самоконтроля, аргументировать выбор поставленной цели проекта и оптимальность способов решения выбранных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Имеет практический опыт: планирования траектории развития и совершенствования своих навыков культуры речи на русском языке как иностранном, аргументирования выбора поставленной цели проекта и оптимальности способов решения выбранных задач
1.Ф.02.М4.01 Практическая грамматика русского языка как иностранного	Знает: способы формулировки цели и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка, приемы планирования и выстраивания траектории профессионального развития (совершенствования грамматических навыков на русском языке как иностранном) Умеет: формулировать цели и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка, а также исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, планировать и выстраивать траекторию своего профессионального развития (совершенствования грамматических навыков на русском языке как иностранном) на основе навыков самоконтроля Имеет практический опыт: формулирования целей и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка, планирования траектории развития и совершенствования своих грамматических навыков на русском языке как иностранном
1.Ф.02.М7.02 Инструментарий решения	Знает: основной инструментарий решения

изобретательских задач	изобретательских задач , сущность инструментов решения изобретательских задач, позволяющих сокращать время при решении задач Умеет: выбирать необходимые для решения задач инструменты , подбирать необходимые инструменты решения изобретательских задач для достижения цели в короткие сроки Имеет практический опыт: использования основных инструментов решения изобретательских задач (приемов разрешения противоречий), использования инструментов решения изобретательских задач, сокращающих время решения задач (объединения альтернативных систем, «свертывания» систем)
1.Ф.02.М2.01 Управление коммуникациями	Знает: виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; специфику, разновидности, инструменты и возможности современных коммуникативных технологий для академического и профессионального взаимодействия Умеет: устанавливать коммуникации, обеспечивающие успешную работу в проектах Имеет практический опыт: разработки цели и задач проекта на основе эффективных коммуникаций; разработки коммуникационной сети для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды
1.Ф.02.М3.02 Основы личностного роста	Знает: основные характеристики, уровни, этапы и критерии личностного роста, основные инструменты, способствующие личностному росту и саморазвитию личности, подходы к пониманию личности и закономерностей ее развития в психологии, основные признаки развития личности Умеет: применять основные методики и техники личностного развития, а также методы, направленные на самосовершенствование личности , применять методы психологической диагностики для определения индивидуальных показателей личностного потенциала Имеет практический опыт: выработки индивидуальной модели эффективности роста личности, постановки цели и основных этапов саморазвития, а также определения психологических механизмов и индивидуальных барьеров саморазвития
1.Ф.02.М3.01 Эмоции человека и саморегуляция	Знает: основные классы эмоциональных явлений, основные теоретические подходы к изучению эмоций в современной психологии, методы осознания своих эмоций и эмоций других людей, соотношение эмоциональных явлений с другими психическими явлениями, закономерности их развития в онтогенезе и в трудных жизненных ситуациях, основные методы регуляции эмоциональных состояний

	Умеет: распознавать эмоциональное состояние по его проявлениям и применять техники распознавания эмоций и навыки самовыражения для их управления, применять техники анализа эмоциональных состояний и техники эмоциональной саморегуляции и управления Имеет практический опыт: применения техник распознавания своих и чужих эмоций, техник самовыражения, применения техник эмоциональной саморегуляции и управления эмоциями других людей, планирования своего эмоционального саморазвития
Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Знает: Умеет: применять методы и приемы различных типов устной и письменной коммуникации на русском языке в его литературной форме, решать стандартные задачи по организационному и документационному обеспечению профессиональной деятельности с применением современных технических средств, определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения Имеет практический опыт: устной и письменной коммуникации разных типов на русском языке в процессе решения прикладных профессиональных задач в частной области филологии, документационного обеспечения профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и учетом требований информационной безопасности в процессе решения прикладных профессиональных задач в частной области филологии, решения прикладных профессиональных задач в частной области филологии с опорой на правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения

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 дифференцированному зачету	15	15
Подготовка к семинарским занятиям. работа с литературой	17	17
Решение ситуационных задач	20	20
Подготовка и выполнение самостоятельной работы "СВОТ-анализ предприятия"	13,5	13.5
Выполнение практической работы "Позиционирование товара" с использованием соц. методов"	6	6
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	4

		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	
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 дифференцированному зачету	Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования [Текст] учеб. для вузов по специальности "Маркетинг" Б. Е. Токарев. - М.: Экономистъ, 2007. - 620 с. ил. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования Учеб. для вузов по специальности 020300 "Социология" В. И.. Добренъков, В. И. Социология Т. 1 Методология и история В 3 т. - М.: ИНФРА-М, 2000. - 400 с. ил. Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / составитель А. В. Куликова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. — 70 с. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с.	5	15

Подготовка к семинарским занятиям. работа с литературой	Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования [Текст] учеб. для вузов по специальности "Маркетинг" Б. Е. Токарев. - М.: Экономистъ, 2007. - 620 с. ил. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования Учеб. для вузов по специальности 020300 "Социология" В. И.. Добренъков, В. И. Социология Т. 1 Методология и история В 3 т. - М.: ИНФРА-М, 2000. - 400 с. ил. Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / составитель А. В. Куликова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. — 70 с. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с.	5	17
Решение ситуационных задач	Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник. -М.: Экономистъ, 2007. - С. 585-602.	5	20
Подготовка и выполнение самостоятельной работы "СВОТ-анализ предприятия"	Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования [Текст] учеб. для вузов по специальности "Маркетинг" Б. Е. Токарев. - М.: Экономистъ, 2007. - 620 с. Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / составитель А. В. Куликова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. — 70 с. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с.	5	13,5
Выполнение практической работы "Позиционирование товара" с использованием соц. методов"	Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования [Текст] учеб. для вузов по специальности "Маркетинг" Б. Е. Токарев. - М.: Экономистъ, 2007. - 620 с. Маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / составитель А. В. Куликова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. — 70 с.	5	6

	Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с.		
--	--	--	--

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 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,	дифференцированный зачет

						работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	
2	5	Текущий контроль	Опрос 2	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
3	5	Текущий контроль	Опрос 3	1	5	Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, литература (учебники, статьи из журналов),	дифференцированный зачет

					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.	
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	дифференцированный зачет

					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.	
5	5	Текущий контроль	Опрос 5	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	дифференцированный зачет

						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.	
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. 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
7	5	Текущий контроль	Опрос 7	1	5	Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе	дифференцированный зачет

					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.	
8	5	Текущий контроль	Опрос 8	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,	дифференцированный зачет

						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.	
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	дифференцированный зачет

					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.		
11	5	Промежуточная аттестация	Диф. зачет	-	20	Каждый студент получает 2 вопроса из разных разделов курса. При неправильном ответе студенту могут быть заданы уточняющие или новые вопросы из этой темы. Отлично/ зачтено/ 20-18 баллов - Обучающийся отлично знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется с использованием точных терминов и названий. Обучающийся практически не допускает ошибок. Хорошо/ зачтено/ 17-14 баллов - Обучающийся хорошо знает материал, умеет анализировать проблему и аргументировано изложить свою точку зрения, владеет достаточным для высказывания лексическим запасом, грамотно изъясняется на иностранном языке с использованием точных терминов Удовлетворительно/ зачтено/ 13-10 баллов -	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. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика [Текст] учебник Е. П. Голубков. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финпресс, 2008. - 496 с.
2. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования [Текст] учеб. для вузов по специальности "Маркетинг" Б. Е. Токарев. - М.: Экономистъ, 2007. - 620 с. ил.
3. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования Учеб. для вузов по специальности 020300 "Социология" В. И. Добренъков, А. И. Кравченко; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 767 с.
4. Добренъков, В. И. Социология Т. 1 Методология и история В 3 т. - М.: ИНФРА-М, 2000. - 400 с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг и маркетинговые исследования 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал. - М., 2002-

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: 20.05.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Дополнительная	Образовательная	Литвак, Б. Г. Стратегическое планирование и

литература	платформа Юрайт	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 (дата обращения: 20.05.2025).
------------	-----------------	---

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
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.
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.
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.