

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2023 18:40:06
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9abb82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Магистратура
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Педагогический практикум по социологии маркетинга

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	39.04.01 Социология
Направленность (профиль)	Социология маркетинга и рекламы
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Педагогический практикум по социологии маркетинга» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 8 от 10.03.2023 г.

Разработчики рабочей программы учебной дисциплины:

Профессор	Е.Г. Карпова
Профессор	Е.В. Мореева
Заведующий кафедрой:	Е.Г. Карпова

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Педагогический практикум по социологии маркетинга» изучается в третьем семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

третий семестр - экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Педагогический практикум по социологии маркетинга» относится к обязательной части программы.

Изучение дисциплины опирается на результаты освоения образовательной программы предыдущего уровня бакалавриата.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Современные социологические теории;
- Планирование и реализация рекламных кампаний;
- Планирование теоретического и эмпирического исследования;
- Производственная практика. Научно-технический семинар 1;
- Общественное мнение в социологии маркетинга;
- Технологии рекламы в различных сферах;
- Социологическое прогнозирование;
- Производственная практика. Научно-технический семинар 2.

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Проектные технологии в социологии маркетинга и рекламы;
- Социологические методы исследования рынка в сетевой среде;
- Производственная практика. Научно-технический семинар 4.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Педагогический практикум по социологии маркетинга» являются:

– освоение методов сбора и анализа данных о потребительском поведении, мнениях и предпочтениях аудитории, а также оценка эффективности маркетинговых стратегий.

– приобретение практического опыта в разработке и проведении маркетинговых исследований, анализе данных, создании рекламных кампаний и адаптации стратегий под социокультурные особенности.

– формирование навыков планирования, организации и управления маркетинговыми проектами, а также способности адаптироваться к быстро меняющейся социальной среде.

– освоение методов применения социологических теорий и концепций для анализа потребительского поведения, выявления трендов и разработки целевых стратегий.

– подготовка к взаимодействию с заказчиками, коллегами и аудиторией, умение адекватно интерпретировать данные и передавать результаты исследований.

– проведение практических заданий и анализ реальных ситуаций в маркетинге и рекламе, что способствует углубленному пониманию профессиональной практики.

–рассмотрение вопросов этики и социальной ответственности в рекламе и маркетинге, формирование понимания социальных последствий своей деятельности.

–развитие навыков работы в команде, в том числе с коллегами из смежных областей, для эффективной разработки маркетинговых стратегий.

–развитие способности к систематическому анализу данных, выявлению тенденций и принятию обоснованных решений в маркетинговой деятельности.

–получение навыков и знаний, необходимых для успешного трудоустройства в области маркетинга, рекламы, исследований рынка и анализа данных.

–формирование у обучающихся компетенции, установленной образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по модулю
<p>ОПК-1 Способен обоснованно отбирать и использовать современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач</p>	<p>ИД-ОПК-1.1 Выбор информационно-коммуникационных технологий для постановки и решения профессиональных задач социологического исследования по поиску и обобщению социологических данных</p>	<p>- демонстрирует выбор информационно-коммуникационных технологий для постановки и решения профессиональных задач социологического исследования по поиску и обобщению социологических данных</p>
	<p>ИД-ОПК-1.2 Осуществление обоснованного выбора методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных</p>	<p>- выполняет осуществление обоснованного выбора методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных</p>
<p>ОПК-4 Способен применять при реализации профессиональной деятельности проектный подход, выстраивая деловую межкультурную коммуникацию и командную работу на принципах</p>	<p>ИД-ОПК-4.1 Готовность к участию в дискуссиях на профессиональные темы, грамотное использование профессиональной терминологии. Навыки межличностного делового профессионального общения, в том числе с иностранными коллегами</p>	<p>- демонстрирует готовность к участию в дискуссиях на профессиональные темы, грамотное использование профессиональной терминологии, навыки межличностного делового профессионального общения, в том числе с иностранными коллегами в области маркетинга и рекламы</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по модулю
системного критического мышления, взаимодействия, самоорганизации и саморазвития		
ПК-1 Способен осуществлять организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	ИД-ПК-1.3 Анализ современных образовательных технологий дополнительного образования детей и взрослых, психолого-педагогических и организационно-методических основ организации образовательного процесса по дополнительным образовательным программам	- осуществляет анализ современных образовательных технологий дополнительного образования детей и взрослых, психолого-педагогических и организационно-методических основ организации образовательного процесса по дополнительным образовательным программам в области социальных институтов и процессов

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения -	4	з.е.	144	час.
---------------------------	---	------	-----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
3 семестр	экзамен	144	18	54				45	27
Всего:	экзамен	144	18	54				45	27

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные задания, час	Практическая подготовка, час		
Третий семестр							
	Раздел I. Введение в социологию маркетинга	6	18			15	Формы текущего контроля по разделу I: 1. Устная дискуссия, разбор практических заданий 2. Коллоквиум
ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2	Лекция 1.1 Основы социологии маркетинга	3				3	
ОПК-4: ИД-ОПК-4.1	Лекция 1.2 Социологические методы исследования в маркетинге	3				4	
ПК-1: ИД-ПК-1.3	Практическое занятие № 1.1 Планирование и проведение маркетинговых исследований		9			4	
	Практическое занятие № 1.2 Анализ данных в маркетинге		9			4	
	Раздел II. Социологический анализ рекламы и потребительского поведения	6	18			15	Формы текущего контроля по разделу II: 1. Контрольная работа 2. Опрос-дискуссия
ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2	Лекция 2.1 Социология рекламы и потребительского поведения	3				3	
ОПК-4: ИД-ОПК-4.1	Лекция 2.2 Эффективность маркетинговых коммуникаций	3				4	
ПК-1: ИД-ПК-1.3	Практическое занятие № 2.1 Анализ рекламных кампаний		9			4	
	Практическое занятие № 2.2 Анализ потребительского поведения		9			4	
	Раздел III. Этические и социальные аспекты маркетинга и рекламы	6	18			15	Формы текущего контроля по разделу III: 1. Опрос-дискуссия 2. Контрольная работа, защита реферата в форме презентации
ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2	Лекция 3.1 Этика в маркетинге и рекламе	3				3	
ОПК-4: ИД-ОПК-4.1 ПК-1:	Лекция 3.2 Социальная ответственность брендов и компаний	3				4	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные задания, час	Практическая подготовка, час		
ИД-ПК-1.3	Практическое занятие № 3.1 Этический анализ рекламных материалов		9			4	
	Практическое занятие № 3.2 Социальная ответственность бренда		9			4	
	Экзамен					27	в устной форме по билетам
	ИТОГО за третий семестр	18	54			72	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I	Введение в социологию маркетинга	
Лекция 1.1	Основы социологии маркетинга	Введение в дисциплину "Педагогический практикум по социологии маркетинга". Роль социологии в анализе рынка, поведения потребителей и маркетинговых стратегий.
Лекция 1.2	Социологические методы исследования в маркетинге	Основные методы сбора данных и анализа, используемые в социологических исследованиях маркетинга. Проведение социологических опросов и интервью в контексте маркетинговых исследований.
Практическое занятие № 1.1	Планирование и проведение маркетинговых исследований	Определение целей и задач исследования, выбор методов сбора данных. Разработка опросных листов и интервью, создание плана исследования.
Практическое занятие № 1.2	Анализ данных в маркетинге	Обработка данных после сбора, статистический анализ результатов. Интерпретация полученных данных и выявление тенденций в поведении потребителей.
Раздел II	Социологический анализ рекламы и потребительского поведения	
Лекция 2.1	Социология рекламы и потребительского поведения	Влияние социальных факторов на восприятие рекламы и потребительских предпочтений. Роль культурных и социальных норм в формировании рекламных стратегий.
Лекция 2.2	Эффективность маркетинговых коммуникаций	Анализ влияния рекламных кампаний на поведение потребителей. Методы оценки эффективности рекламных стратегий с использованием социологических данных.
Практическое занятие № 2.1	Анализ рекламных кампаний	Выявление социальных мотивов и смыслов, используемых в рекламе. Сравнительный анализ различных рекламных стратегий на основе социологических данных.
Практическое занятие № 2.2	Анализ потребительского поведения	Исследование факторов, влияющих на выбор товаров и услуг. Анализ данных о потребительских предпочтениях и их связи с социальными институтами.
Раздел III	Этические и социальные аспекты маркетинга и рекламы	
Лекция 3.1	Этика в маркетинге и рекламе	Оценка этических аспектов использования социальных мотивов и образов в рекламе. Роль социологического анализа в обеспечении этичности маркетинговых практик.
Лекция 3.2	Социальная ответственность брендов и компаний	Исследование влияния социальной ответственности на восприятие бренда и потребительское поведение. Коммуникация социальных и экологических ценностей в рекламных кампаниях.
Практическое занятие № 3.1	Этический анализ рекламных материалов	Оценка рекламных кампаний с точки зрения этических принципов. Обсуждение возможных изменений в рекламе для учета социальных и этических норм.
Практическое занятие № 3.2	Социальная ответственность бренда	Анализ роли социальной ответственности в стратегиях брендинга. Разработка рекомендаций для брендов по включению социальных аспектов в свою деятельность.

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим, экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение разделов, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- подготовка к коллоквиуму, контрольной работе и тестированию;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин профильного/родственного бакалавриата, которые формировали ОПК и ПК, в целях обеспечения преемственности образования (для студентов магистратуры – в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН).

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела модуля, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Раздел I	Введение в социологию маркетинга			

Лекция 1.1	Основы социологии маркетинга	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к устной дискуссии	устная дискуссия, разбор практических заданий	7
Лекция 1.2	Социологические методы исследования в маркетинге	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к устной дискуссии и коллоквиуму	устная дискуссия, коллоквиум	8
Раздел II	Социологический анализ рекламы и потребительского поведения			
Лекция 2.1	Социология рекламы и потребительского поведения	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к опросу-дискуссии	опрос-дискуссия по результатам выполненной работы	7
Лекция 2.2	Эффективность маркетинговых коммуникаций	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к контрольной работе	контрольная работа, разбор практических заданий	8
Раздел III	Этические и социальные аспекты маркетинга и рекламы			
Лекция 3.1	Этика в маркетинге и рекламе	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к опросу- дискуссии; подготовка к защите реферата в форме презентации	опрос-дискуссия по результатам выполненной работы, разбор практических заданий, реферат с презентацией	7
Лекция 3.2	Социальная ответственность брендов и компаний	Подготовка к лекциям практическим занятиям; конспект первоисточника; подготовиться к опросу- дискуссии; подготовка к защите реферата в форме презентации	опрос-дискуссия по результатам выполненной работы, разбор практических заданий, реферат с презентацией	8

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции	18	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	54	

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПОДИСЦИПЛИНЕ. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
				ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2 ОПК-4: ИД-ОПК-4.1	ПК-1: ИД-ПК-1.3
высокий		отлично		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно демонстрирует готовность к участию в дискуссиях на профессиональные темы, грамотное использование профессиональной терминологии, навыки межличностного делового профессионального общения, в том числе с иностранными коллегами в области маркетинга и рекламы; - профессионально осуществляет анализ современных образовательных технологий дополнительного образования детей и взрослых, психолого-педагогических и организационно- 	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - успешно демонстрирует выбор информационно-коммуникационных технологий для постановки и решения профессиональных задач социологического исследования по поиску и обобщению социологических данных; - эффективно выполняет осуществление обоснованного выбора методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных.

				методических основ организации образовательного процесса по дополнительным образовательным программам в области социальных институтов и процессов.	
повышенный		хорошо		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует готовность к участию в дискуссиях на профессиональные темы, грамотное использование профессиональной терминологии, навыки межличностного делового профессионального общения, в том числе с иностранными коллегами в области маркетинга и рекламы, но неправильно цитировать или интерпретировать информацию из источников, что может привести к неточной или искаженной оценке; - осуществляет анализ современных образовательных технологий дополнительного образования детей и взрослых, психолого-педагогических и организационно-методических основ организации образовательного процесса по дополнительным 	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует выбор информационно-коммуникационных технологий для постановки и решения профессиональных задач социологического исследования по поиску и обобщению социологических данных, но может не использовать достаточное количество примеров, доказательств или иллюстраций для поддержки своих аргументов, но все равно предоставляет достаточное количество информации для обоснования оценки; - выполняет осуществление обоснованного выбора методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных, но может не осуществлять полноценную критическую оценку различных точек зрения или ограничений своей собственной аргументации,

				<p>образовательным программам в области социальных институтов и процессов, но ограничивается только одним методом анализа или не использует разнообразные подходы, это может привести к поверхностной или необъективной оценке.</p>	<p>но при этом предоставляет достаточные аргументы для подтверждения своей оценки.</p>
базовый		удовлетворительно		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует готовность к участию в дискуссиях на профессиональные темы, грамотное использование профессиональной терминологии, навыки межличностного делового профессионального общения, в том числе с иностранными коллегами в области маркетинга и рекламы, но не принимает во внимание контекстуальные факторы, которые могут влиять на оценку или требования задачи; - осуществляет анализ современных образовательных технологий дополнительного образования детей и взрослых, психолого-педагогических и организационно-методических основ организации образовательного 	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует выбор информационно-коммуникационных технологий для постановки и решения профессиональных задач социологического исследования по поиску и обобщению социологических данных, но допускает множество ошибок в орфографии, пунктуации или грамматике, это может негативно сказаться на восприятии его работы и оценке; - выполняет осуществление обоснованного выбора методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных, но не прилагает достаточные усилия для критической оценки информации, анализа различных точек зрения или выявления ограничений

				процесса по дополнительным образовательным программам в области социальных институтов и процессов, но недооценивает или переоценивает свои собственные навыки и знания, это может отразиться на качестве его оценки.	своего аргумента, его оценка может быть поверхностной или неубедительной.
низкий		не удовлетворительно	<p>Обучающийся на низком уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; – испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; – выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя; – ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы. 		

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Педагогический практикум по социологии маркетинга» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
1.	Устная дискуссия по разделу «Введение в социологию маркетинга»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какова роль социологии в анализе рынка и маркетинговых стратегий? 2. Какие социологические аспекты могут влиять на формирование потребительских предпочтений? 3. Какие социальные факторы могут оказывать влияние на эффективность маркетинговых кампаний? 4. Как социологические методы исследования могут помочь лучше понять поведение потребителей? 5. Как социологический анализ может помочь компаниям лучше адаптироваться к изменяющейся социальной среде? 	ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2 ОПК-4: ИД-ОПК-4.1 ПК-1:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<ol style="list-style-type: none"> 6. Какие основные этапы планирования и проведения маркетинговых исследований вы можете выделить? 7. В чем заключается роль интервью и опросов в социологических исследованиях маркетинга? 8. Какие преимущества и ограничения могут возникнуть при применении социологических методов в анализе рынка и поведения потребителей? 	ИД-ПК-1.3
2.	Коллоквиум по разделу «Введение в социологию маркетинга»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что представляет собой социология маркетинга и какие основные аспекты она изучает? 2. Какие социальные факторы могут влиять на формирование потребительских предпочтений? 3. Какое влияние могут оказывать культурные и социальные нормы на маркетинговые стратегии? 4. Какие методы социологических исследований могут быть использованы для изучения поведения потребителей? 5. Как социологический анализ может помочь компаниям лучше понять свою целевую аудиторию? 6. Какие основные этапы планирования маркетинговых исследований следует учитывать? 7. В чем заключается роль опросов и интервью в социологических исследованиях маркетинга? 8. Какие преимущества и ограничения имеют социологические методы при анализе рынка и маркетинговых стратегий? 	ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ОПК-4: ИД-ОПК-4.1 ПК-1: ИД-ПК-1.3
3.	Контрольная работа по разделу «Социологический анализ рекламы и потребительского поведения»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие социологические аспекты могут влиять на восприятие рекламы со стороны аудитории? 2. Какие культурные и социальные нормы могут влиять на формирование рекламных стратегий? 3. Как социологический анализ может помочь определить целевую аудиторию для конкретной рекламной кампании? 4. Какие методы социологических исследований могут использоваться для изучения воздействия рекламы на потребителей? 5. Какие факторы могут влиять на успех или неудачу рекламной кампании с точки зрения социологического анализа? 6. Как социологический анализ помогает понять, какие значения и символы передаются через рекламу? 7. Какие этические аспекты должны учитываться при создании рекламных материалов с точки зрения социологии? 8. Какие социальные тренды могут влиять на изменения в потребительском поведении и, как следствие, на рекламные стратегии? 	ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2 ОПК-4: ИД-ОПК-4.1 ПК-1: ИД-ПК-1.3
4.	Опрос-дискуссия по разделу «Социологический анализ рекламы и	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие социальные и культурные факторы могут влиять на то, как люди воспринимают рекламу и реагируют на неё? 2. Каким образом рекламные стратегии могут адаптироваться под социокультурные особенности различных групп потребителей? 3. Как важен социологический анализ для определения целевой аудитории и эффективного 	ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2 ОПК-4: ИД-ОПК-4.1

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
	потребительского поведения»	позиционирования продукта или услуги? 4. Какие методы социологических исследований могут быть использованы для анализа влияния рекламы на потребителей? 5. Какие роли играют стереотипы и образы в рекламных кампаниях с точки зрения социологического анализа? 6. В чем заключается влияние социальных медиа на рекламные стратегии и потребительское поведение? 7. Как этические нормы влияют на создание и распространение рекламы с социологической точки зрения? 8. Какие могут быть социальные и культурные последствия популярных рекламных кампаний или трендов?	ПК-1: ИД-ПК-1.3
5.	Опрос-дискуссия по разделу «Этические и социальные аспекты маркетинга и рекламы»	1. Какие этические вопросы могут возникать при использовании социальных мотивов и образов в рекламе? 2. Какие культурные и социальные нормы следует учитывать при разработке рекламных стратегий с этической точки зрения? 3. Как социологический анализ может помочь определить этичность и социальную ответственность рекламных кампаний? 4. Каким образом компании могут интегрировать социальную ответственность в свои маркетинговые стратегии? 5. Какие этические аспекты нужно учитывать при использовании данных о потребителях в маркетинговых исследованиях? 6. Как социологический анализ может помочь брендам понимать и реагировать на общественное мнение о своих продуктах или услугах? 7. Какие этические стандарты могут регулировать использование персональных данных в маркетинге и рекламе? 8. Как важно для брендов и компаний соблюдать принципы этики и социальной ответственности, и как это может повлиять на их репутацию?	ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ОПК-4: ИД-ОПК-4.1 ПК-1: ИД-ПК-1.3
6.	Реферат по разделу «Этические и социальные аспекты маркетинга и рекламы»	1. Этика и реклама: анализ этических аспектов использования образов и смыслов в рекламных кампаниях. 2. Социальная ответственность брендов: роль социальной ответственности в формировании позиции на рынке и восприятия бренда. 3. Этические аспекты сбора и использования данных о потребителях в маркетинговых исследованиях. 4. Этика в цифровом маркетинге: вызовы и решения в сфере интернет-рекламы и маркетинговых практик. 5. Влияние социальных медиа на этические аспекты маркетинга и рекламы: тренды и проблемы.	ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2 ОПК-4: ИД-ОПК-4.1 ПК-1: ИД-ПК-1.3

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		6. Этика в контексте создания цифровых контент-стратегий: баланс между рекламой и ценностью для аудитории. 7. Этические принципы в создании рекламных кампаний для детей: защита интересов наиболее уязвимой аудитории. 8. Социальная реклама: роль и эффективность использования социальных проблем в рекламе с этической точки зрения. 9. Этические аспекты влияния маркетинговых коммуникаций на общественное мнение и поведение. 10. Этика и инновации в маркетинге: рассмотрение этических вызовов при применении новых технологий и подходов.	

5.2 Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Контрольная работа	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении, пройденных тем и применение их на практике.		5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Работа не выполнена.		
Устный опрос	ответ ученика полный, самостоятельный, правильный, изложен литературным языком в определенной логической последовательности, рассказ сопровождается новыми примерами; учащийся обнаруживает верное понимание физической сущности рассматриваемых явлений и закономерностей, законов и теории, дает		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	точное определение и истолкование основных понятий, законов, теорий, правильное определение физических величин, их единиц и способов измерения; учащийся умеет применить знания в новой ситуации при выполнении практических заданий, знает основные понятия и умеет оперировать ими при решении задач, правильно выполняет чертежи, схемы и графики, сопутствующие ответу; может установить связь между изучаемым и ранее изученным материалом по курсу физики, а также с материалом, усвоенным при изучении других предметов;		
	ответ удовлетворяет основным требованиям к ответу на оценку "5", но содержит неточности в изложении фактов, определений, понятии, объяснении взаимосвязей, выводах и решении задач, неточности легко исправляются при ответе на дополнительные вопросы; учащийся не использует собственный план ответа, затрудняется в приведении новых примеров, и применении знаний в новой ситуации, слабо использует связи с ранее изученным материалом и с материалом, усвоенным при изучении других предметов.		4
	большая часть ответа удовлетворяет требованиям к ответу на оценку "4", но в ответе обнаруживаются отдельные пробелы, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала; учащийся обнаруживает понимание учебного материала при недостаточной полноте усвоения понятий или непоследовательности изложения материала, умеет применять полученные знания при решении простых задач с использованием готовых формул, но затрудняется при решении качественных задач и задач, требующих преобразования формул.		3
	ответ неправильный, показывает незнание основных понятий, непонимание изученных закономерностей и взаимосвязей, неумение работать с учебником, решать количественные и качественные задачи; учащийся не овладел основными знаниями и умениями в соответствии с требованиями программы.		2
Опрос-дискуссия	Обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.		
	Обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.		4
	Обучающийся дал полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 2-3 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.		3
	Обучающийся дал неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.		2
Реферат	Выполнение работы в срок. Правильность оформления. Согласно требованиям ГОСТ. Студент знает основные термины, применяемые в современных системах энергосбережения на базе нетрадиционных и возобновляемых источников энергии, теоретические основы и закономерности производства водорода, возможные перспективы и основные направления развития энергетической технологии на базе нетрадиционных и возобновляемых источников энергии. Студент демонстрирует умение: применять различные подходы к анализу		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	поставленной в Реферате проблемы. Студент владеет навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области технологии получения, хранения и транспортировки энергоресурсов, используя современные технологии; способами систематизации и обобщения информации по вопросам профессиональной деятельности.		
	Выполнение работы с опозданием в 2 недели. Незначительное отклонение от требований в части структурного наполнения работы. Незначительные пробелы в знаниях основных технологических терминов и формулировок. Допускает незначительные ошибки в анализе и интерпретации поставленной проблемы. Допускает незначительные ошибки в ходе ответа на вопрос при защите Реферата; незначительные неточности в формулировках.		4
	Выполнение работы более 2 недель. Грубое нарушение требований по оформлению. Значительные пробелы в знаниях основных технологических терминов и формулировок, допущение грубых ошибок, ошибки в проблеме развития нетрадиционных и возобновляемых источников энергии и их технологии. Допускает значительные пробелы в определении технологии, ошибки в ее интерпретации, ошибки в понимании сущности и проблемы развития, нетрадиционных и возобновляемых источников энергии и их технологии. Значительные пробелы в ходе описания технологии; значительные неточности при защите Реферата		3
	Выставляется обучающемуся, который не знает большей части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы на занятиях и экзамене.		2
Презентация	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		5
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		4
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.		3
	Работа не выполнена.		2-1

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Задания по теме практического занятия не выполнены.		0

5.3 Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен: в устной форме по билетам	<p>Билет 1: Основы социологии маркетинга и их применение</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие основные аспекты изучает социология маркетинга? 2. Как социологический анализ может помочь понять поведение потребителей? 3. Какие социальные факторы могут влиять на маркетинговые стратегии компаний? <p>Билет 2: Социологические методы в маркетинговых исследованиях</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие методы сбора данных используются в социологических исследованиях маркетинга? 2. В чем заключается роль опросов и интервью в анализе рынка? 3. Какие преимущества и ограничения могут быть у качественных и количественных методов в маркетинговых исследованиях? <p>Билет 3: Анализ рекламы и поведения потребителей</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Как социология рекламы может помочь понять восприятие аудиторией рекламных сообщений? 2. Какие роли играют культурные и социальные нормы в формировании рекламных стратегий? 3. Как социологический анализ может помочь определить эффективность рекламных кампаний? <p>Билет 4: Этика в маркетинге и рекламе</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие этические вопросы могут возникать при использовании образов и смыслов в рекламе? 2. Как социологический анализ может помочь оценить этичность маркетинговых практик? 3. В чем заключается роль социальной ответственности брендов и компаний? <p>Билет 5: Влияние социальных медиа на маркетинг и рекламу</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Как социальные медиа влияют на взаимодействие брендов с аудиторией? 2. Какие особенности и вызовы существуют в создании рекламных кампаний для социальных медиа? 3. Как социологический анализ может помочь адаптировать рекламу к социальным медиа? <p>Билет 6: Этика и инновации в маркетинге</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие этические аспекты могут возникать при использовании новых технологий в маркетинге? 2. Как социологический анализ может помочь оценить этичность инновационных маркетинговых практик? 3. В чем заключается важность соблюдения этических норм при внедрении инноваций в маркетинг?

	<p>Билет 7: Социальная ответственность брендов и компаний</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие факторы влияют на репутацию бренда с точки зрения социальной ответственности? 2. Как социологический анализ может помочь компаниям интегрировать социальную ответственность в стратегии? 3. Какие примеры социально ответственных рекламных кампаний вы можете привести? <p>Билет 8: Анализ потребительского поведения</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие социальные и культурные факторы влияют на выбор потребителей? 2. Как социологический анализ может помочь лучше понять потребительские предпочтения? 3. В чем заключается роль социологического анализа в создании целевой аудитории для маркетинговых кампаний? <p>Билет 9: Роль социальных исследований в маркетинге</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие преимущества могут получить компании, используя социологические исследования в маркетинге? 2. Какие методы социологических исследований наиболее эффективны для анализа рынка и поведения потребителей? 3. Какие вызовы могут возникнуть при использовании социологических исследований в маркетинговой практике? <p>Билет 10: Социологический анализ маркетинговых стратегий</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Каким образом социологический анализ может помочь компаниям определить свою конкурентоспособность на рынке? 2. Какие социальные тренды могут повлиять на эффективность маркетинговых стратегий? 3. Какие аспекты социального анализа следует учитывать при планировании и адаптации маркетинговых стратегий?
--	---

5.4 Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
<p>Наименование оценочного средства</p> <p>Экзамен: в устной форме по билетам</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Обучающийся: – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; 		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<ul style="list-style-type: none"> – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. – Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики. 		
	<ul style="list-style-type: none"> – Обучающийся: – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. – В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы. 		4
	<ul style="list-style-type: none"> – Обучающийся: – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; – справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, 		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы.</p> <p>– Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>		
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

5.5 Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- контрольная работа		2 – 5
- устная дискуссия		2 – 5
- опрос-дискуссия		2 – 5
- коллоквиум		2 – 5
- реферат с презентацией		2 – 5
Промежуточная аттестация (экзамен, курсовая работа)		отлично хорошо
Итого за дисциплину экзамен, курсовая работа		удовлетворительно неудовлетворительно

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проектная деятельность;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, связанных с будущей профессиональной деятельностью (Публичные лекции) поскольку они предусматривают передачу информации обучающимся, которая необходима для приобретения общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, Садовническая ул., д. 35	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор.
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1	
читальный зал библиотеки	– компьютерная техника; – подключение к сети «Интернет».

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс. Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Тимофеева О.Г.	Социологические теории социальных изменений	методическое пособие	М.: МГУДТ	2012		1
2	Голенкова З.Т.	Общая социология	учебник	М.: Гардарики	2005		1
3	Щербин В.В.	Общая социология	учебник	М.: Инфра-М	2017	http://znanium.com/catalog/author/f2ea1afd-fade-11e3-bac3-90b11c31de4c	-
4	Касьянов В.В.	Социология	учебник	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/sociologiya-517207	-
5	Головин Н.А.	Современные социологические теории	учебник и практикум для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/sovremennye-sociologicheskie-teorii-511476	-
6	Кораблева Г.Б.	Социология города. Проектирование социальных изменений в городской среде	учебное пособие для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/sociologiya-goroda-proektirovanie-socialnyh-izmeneniy-v-gorodskoy-srede-493475	-
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Маслов П.П.	Теория развития народного хозяйства: введение в социологию и политическую экономию.	учебное пособие	М.: Ленанд	2015		-
2	Викторов А.Ш.	Введение в социологию неравенства: монография	учебное пособие	М.: Канон	2015		-
3	Орехов А.М.	Институциональная социальная теория: Поймать черную кошку в темной	учебное пособие	М.: Инфра-М	2014		-

		комнате?					
4	Орехов А.М.	Социальная теория: к проблеме самоопределения и структуры	учебное пособие	М.: Инфра-М	2014		-
5	Афонин А.М., Царегородцев Ю.Н., Афолина В.Е. и др.	Креативный менеджмент: социальные, психологические и творческие аспекты экономики труда.	учебное пособие	М.: Издательство "ФОРУМ".	2015		-
6	Кондауров В.И. Страданченков А.С.	Социология	курс лекций	М.: ИНФРА-М		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=43142	-
7	Здравомыслов А.Г.	Поле социологии в современном мире	монография	М.: Логос		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468738	-
8	Тавокин Е.П.	Социологическое исследование	сборник научных трудов	М.: Слово		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=417093	-
9	Горшков М.К. Шереги Ф.Э.	Прикладная социология: методология и методы	учебное пособие	М.: Альфа-М		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=147600	-
10	Каримова А.Б.	Социология международных отношений	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/sociologiya-mezhdunarodnyh-otnosheniy-511086	
11	Кареев Н.И.	Введение в изучение социологии	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/vvedenie-v-izuchenie-sociologii-516457	
12	Ирхин В.Ю.	Политология в 2ч. Часть 1	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	https://urait.ru/book/politologiya-v-2-ch-chast-1-istoriya-politicheskoy-mysli-512998	

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Период	Номер и дата договора	Предмет договора	Партнер по договору	Ссылка на электронный ресурс	Срок действия договора
1.	2023	Приложение 1 к письму РЦНИ от 07.04.2023 г. № 574	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Wiley	РЦНИ	База данных <u>The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2019 г. - 2022 г.)</u> https://onlinelibrary.wiley.com/	Действует по 30.06.2023 г.
2.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1948 от 29.12.2022	О предоставлении доступа к базам данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных <u>Springer Materials:</u> https://materials.springer.com/	Действует по 29.12.2023 г.
3.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1949 от 29.12.2022	О предоставлении доступа к базам данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных <u>Springer Nature Protocols and Methods:</u> http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols	Действует по 29.12.2023 г.
4.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1955 от 30.12.2022	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS	РЦНИ	https://www.orbit.com/	Действует по 30.06.2023 г.
5.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1956 от 30.12.2022	О предоставлении доступа к базе данных компании The Cambridge Crystallographic Data Center	РЦНИ	https://www.ccdc.cam.ac.uk/	Действует по 31.12.2023 г.
6.	2023/2024	Договор № ПЛ-02-4/18-01.22 от 07.02.2023 г.	О предоставлении права использования программного обеспечения	ООО «Издательство Лань»	https://e.lanbook.com/	Действует до 17.02.2024 г.
7.	2023	Договор № 494 эбс от 12.10.2022 г.	О предоставлении доступа к ЭБС Znanium.com	ООО «ЗНАНИУМ»	https://znanium.com/	Действует до 12.10.2023 г.
8.	2023	Договор № 450-22 Е-44-5 от 05.10.2022 г.	О предоставлении доступа к образовательной платформе «ЮРАЙТ»	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»	https://urait.ru/	Действует до 14.10.2023 г.
9.	2023	Лицензионный договор SCIENCE INDEX № SIO-8076/2022 от 25.05.2022 г.	О предоставлении доступа к информационно-аналитической системе SCIENCE INDEX (включенного в научный информационный ресурс eLIBRARY.RU)	ООО НЭБ	https://www.elibrary.ru/	Действует до 25.05.2023

10.	202 2/2 023	Договор № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г. Дополнительное соглашение №1 к Договору № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г.	О предоставлении права использования программного обеспечения. О предоставлении доступа к разделам базы данных	ООО «Издательство Лань»	https://e.lanbook.com/	Действует до 18.02.2023 г.
11.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 07.04.2023 г. № 574	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Wiley	РЦНИ	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2023 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/	Ресурс бессрочный
12.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1950	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Nature journals (год издания – 2023 г. - тематическая коллекция Physical Sciences & Engineering Package): https://www.nature.com/ База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематические коллекции Physical Sciences & Engineering Package): https://link.springer.com/	Ресурс бессрочный
13.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1949	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематическая коллекция Social Sciences Package): https://link.springer.com/ База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) https://www.nature.com/	Ресурс бессрочный
14.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1948	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package .): https://www.nature.com/ База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package https://link.springer.com База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package): https://link.springer.com/	Ресурс бессрочный
15.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1947	О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections	РЦНИ	eBooks Collections (i.e.2023 eBook Collections, год издания - 2023, в т.ч. выпущенных в 2022 г. - тематическая коллекция Physical Sciences, Social Sciences, Life Sciences, Engineering Package):	Ресурс бессрочный

			издательства Springer Nature		http://link.springer.com/	
16.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 08.08.2022 г. №1065)	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Nature journals коллекции Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ https://link.springer.com База данных Springer Journals: https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
17.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 30.06.2022 г. № 910	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Springer Journals: https://link.springer.com/ База данных Adis Journals (выпуски 2022 г.): https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
18.	2022	Приложение 1 к письму РФФИ от 30.06.2022 г. № 909.	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Nature journals (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ База данных Springer Journals: https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
19.	2021	Приложение 1 к письму РФФИ от 17.09.2021 г. № 965	О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РФФИ	eBooks Collections (i.e.2020 eBook Collections): http://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
20.	2019	Приложение № 2 к письму РФФИ № 809 от 24.06.2019 г.	О предоставлении сублицензионного доступа к содержанию баз данных издательство Springer Nature	РФФИ	База данных Springer Journals (за 2019 г): https://link.springer.com/ База данных Nature journals (выпуски 2019 г.): https://www.nature.com/	Ресурс бессро чный
21.	2018	Договор № 101/НЭБ/0486-п от 21.09.2018 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке» (НЭБ)	ФГБУ РГБ	http://нэб.рф/	Ресурс бессро чный
22.	2016/2017	Приложение № 2 к письму РФФИ № 779 от 16.09.2016 г.	О предоставлении доступа к БД издательства SpringerNature (выпуски за 2016-2017 гг)	РФФИ	https://link.springer.com/ https://www.springerprotocols.com/ https://materials.springer.com/ https://link.springer.com/search?facet-content-type=%22ReferenceWork%22 http://zbmath.org/ http://npg.com/	Ресурс бессро чный с 01.01.2017
23.	2016/2019	Соглашение № 2014 от 29.10.2016 г.	О предоставлении доступа к БД СМИ	ООО "ПОЛПРЕД Справочник и"	http://www.polpred.com	Ресурс бессро чный
24.	2015/2019	Договор № 101/НЭБ/0486 от 16.07.2015 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке»	ФГБУ РГБ	http://нэб.рф/	Ресурс бессро чный

25.	201 3/2 019	Соглашение № ДС-884-2013 от 18.10.2013 г.	О сотрудничестве в Консорциуме	НП НЭИКОН	http://www.neicon.ru/	Ресурс бессрочный
26.	201 3/2 019	Лицензионное соглашение № 8076 от 20.02.2013 г.	О предоставлении доступа к eLIBRARY.RU	ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)	http://www.elibrary.ru/	Ресурс бессрочный

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Наименование лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.
10.	Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	SolidWorks	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
12.	Rhinoceros	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
13.	Simplify 3D	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
14.	FontLab VI Academic	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
15.	Pinnacle Studio 18 Ultimate	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
16.	КОМПАС-3d-V 18	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
17.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
18.	АЛЬТ-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
19.	АЛЬТ-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
20.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
21.	Диалог NIBELUNG	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
22.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020

23.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
24.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
25.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
26.	Mathematica Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
27.	Network Server Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
28.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
29.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ п/п	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры