

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:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

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

### Социологические методы исследования рынка в сетевой среде

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 «Социологические методы исследования рынка в сетевой среде» 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 «Социологические методы исследования рынка в сетевой среде» изучается в четвертом семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрена.

### **1.1. Форма промежуточной аттестации:**

четвертый семестр – зачет с оценкой

### **1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП**

Учебная дисциплина «Социологические методы исследования рынка в сетевой среде» 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.
- Производственная практика. Научно-технический семинар 3;
- Методология и методы социологии маркетинга;
- Социология социальных институтов и процессов;
- Педагогический практикум по социологии маркетинга.

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 «Социологические методы исследования рынка в сетевой среде» являются:

- овладение социологическими методами исследования.
- изучение влияния сетевой среды на рынок.
- овладение методами сбора и анализа информации из сетевых источников, таких как социальные сети, форумы, блоги и др.
- изучение особенностей потребительского поведения и интеракций в онлайн-пространстве для разработки эффективных маркетинговых стратегий.
- разработка методов оценки эффективности различных форм онлайн-рекламы и их влияния на восприятие бренда и потребительское поведение.
- анализ современных трендов и инноваций в области маркетинга в сетевой среде и их влияния на рынок.
- овладение методами анализа данных из социальных медиа для выявления актуальных тем, мнений и настроений потребителей.
- освоение навыков разработки маркетинговых стратегий, оптимизированных для сетевой среды и адаптированных к особенностям онлайн-взаимодействия.

–овладение навыками применения социологических подходов и методов при проведении онлайн-исследований рынка.

–изучение методов анализа конкурентных действий и стратегий в онлайн-среде для разработки эффективных маркетинговых решений.

–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
ОПК-2 Способен разрабатывать предложения и рекомендации для проведения социологической экспертизы и консалтинга	ИД-ОПК-2.2 Анализ и развитие новых методов исследования применительно к задачам социологического исследования	- демонстрирует анализ и развитие новых методов исследования применительно к задачам социологического исследования в области социологических методов исследования рынка в сетевой среде
ПК-2 Способен проводить социологические и маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-2.2 Разработка предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его проведению	- осуществляет разработку предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его проведению в области маркетинга и рекламы

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения -	3	з.е.	108	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
4 семестр	зачет с оценкой	108		56				52	
Всего:	зачет с оценкой	108		56				52	

## 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 занятия, час	Практическая подготовка, час		
Четвертый семестр							
ОПК-2: ИД-ОПК-2.2 ПК-2: ИД-ПК-2.2	Раздел I. Основы социологических методов исследования в сетевой среде		16			12	Формы текущего контроля по разделу I: 1. Устная дискуссия, разбор практических заданий 2. Коллоквиум
	Практическое занятие № 1.1 Сбор и анализ данных из социальных медиа		4			4	
	Практическое занятие № 1.2 Проведение онлайн-опросов и анкетирование		6			4	
	Практическое занятие № 1.3 Анализ настроений и отзывов в сетевой среде		6			4	
ОПК-2: ИД-ОПК-2.2 ПК-2: ИД-ПК-2.2	Раздел II. Анализ потребительского поведения и реакции в сетевой среде		20			20	Формы текущего контроля по разделу II: 1. Контрольная работа 2. Опрос-дискуссия
	Практическое занятие № 2.1 Изучение влияния сетевых трендов на потребительское поведение		6			6	
	Практическое занятие № 2.2 Анализ реакции аудитории на продукты и бренды		7			7	
	Практическое занятие № 2.3 Исследование коммуникации между брендами и клиентами		7			7	
ОПК-2: ИД-ОПК-2.2 ПК-2: ИД-ПК-2.2	Раздел III. Прогнозирование и разработка маркетинговых стратегий в сетевой среде		20			20	Формы текущего контроля по разделу III: 1. Опрос-дискуссия 2. Защита реферата в форме презентации
	Практическое занятие № 3.1 Анализ трендов и формулирование прогнозов		6			6	
	Практическое занятие № 3.2 Разработка маркетинговых стратегий на основе данных из сетевой среды		7			7	
	Практическое занятие № 3.3 Оценка эффективности и коррекция стратегий		7			7	

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 занятия, час	Практическая подготовка, час		
	Зачет с оценкой						в устной форме по билетам
	ИТОГО за четвертый семестр		56			52	

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I</b>	<b>Основы социологических методов исследования в сетевой среде</b>	<p>Практическое занятие 1: Сбор и анализ данных из социальных медиа  Определение ключевых слов и тематик для анализа.  Сбор данных из различных источников: социальные сети, форумы, блоги.  Анализ данных с помощью онлайн-инструментов и программ.</p> <p>Практическое занятие 2: Проведение онлайн-опросов и анкетирование  Разработка опросных вопросов с учетом целей исследования.  Создание онлайн-опросов на специализированных платформах.  Анализ результатов опросов и интерпретация полученных данных.</p> <p>Практическое занятие 3: Анализ настроений и отзывов в сетевой среде  Сегментация и анализ сентиментов в текстовых данных.  Выявление ключевых тем и обсуждаемых аспектов в отзывах и комментариях.  Формулирование выводов по результатам анализа.</p>
<b>Раздел II</b>	<b>Анализ потребительского поведения и реакции в сетевой среде</b>	<p>Практическое занятие 1: Изучение влияния сетевых трендов на потребительское поведение  Идентификация актуальных трендов и их динамика в сетевой среде.  Анализ влияния трендов на выбор продуктов и услуг.  Определение потенциала внедрения трендов в маркетинговые стратегии.</p> <p>Практическое занятие 2: Анализ реакции аудитории на продукты и бренды  Сбор и систематизация отзывов и рецензий о продуктах и брендах.  Оценка степени воздействия отзывов на репутацию бренда.  Прогнозирование потребительских решений на основе анализа отзывов.</p> <p>Практическое занятие 3: Исследование коммуникации между брендами и клиентами  Анализ особенностей взаимодействия клиентов с брендами в сетевой среде.  Идентификация эффективных стратегий взаимодействия.  Разработка рекомендаций для оптимизации коммуникации.</p>
<b>Раздел III</b>	<b>Прогнозирование и разработка маркетинговых стратегий в сетевой среде</b>	<p>Практическое занятие 1: Анализ трендов и формулирование прогнозов  Изучение актуальных социокультурных и потребительских трендов.  Прогнозирование воздействия трендов на рынок и бренды.  Оценка потенциальных изменений в потребительском поведении.</p> <p>Практическое занятие 2: Разработка маркетинговых стратегий на основе данных из сетевой среды</p>

		<p>Составление портретов целевой аудитории на основе сетевых данных.</p> <p>Выбор эффективных каналов коммуникации и воздействия.</p> <p>Создание маркетинговых стратегий, учитывающих особенности сетевой среды.</p> <p>Практическое занятие 3: Оценка эффективности и коррекция стратегий</p> <p>Сбор данных о результативности реализованных маркетинговых стратегий.</p> <p>Анализ метрик и показателей эффективности рекламных кампаний.</p> <p>Разработка рекомендаций для коррекции стратегий на основе анализа данных.</p> <p>Каждое из этих практических занятий способствует практическому освоению методов социологического исследования рынка в сетевой среде и их применению для разработки успешных маркетинговых стратегий.</p>
--	--	--

### 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, зачету с оценкой;
- изучение учебных пособий;
- изучение разделов, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- 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 зачетом с оценкой;
- 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
<b>Раздел I</b>	<b>Основы социологических методов исследования в сетевой среде</b>	Подготовка практическим занятиям; подготовиться к устному опросу и коллоквиуму	устная дискуссия, коллоквиум, разбор практических заданий	<b>12</b>
<b>Раздел II</b>	<b>Анализ потребительского поведения и реакции в сетевой среде</b>	Подготовка практическим занятиям; подготовиться к контрольной работе и опросу-дискуссии	опрос-дискуссия, контрольная работа	<b>20</b>
<b>Раздел III</b>	<b>Прогнозирование и разработка маркетинговых стратегий в сетевой среде</b>	Подготовка практическим занятиям; подготовиться к опросу-дискуссии; подготовка к защите реферата с презентацией	опрос-дискуссия, реферат с презентацией	<b>20</b>

### 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	практические занятия	56	в соответствии с расписанием учебных занятий

#### 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-2: ИД-ОПК-2.2	ПК-2: ИД-ПК-2.2
высокий		отлично		Обучающийся: - грамотно демонстрирует анализ рисков внедрения результатов социальных проектов и мероприятий в области маркетинга и рекламы.	Обучающийся: - успешно осуществляет применение теории и практики маркетинговых исследований. Предложение моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов в области социологии маркетинга и рекламы.
повышенный		хорошо		Обучающийся: - демонстрирует анализ рисков внедрения результатов социальных проектов и мероприятий в области маркетинга и рекламы, но ограничивается только одним методом анализа или не использует разнообразные подходы, это может привести к поверхностной или необъективной оценке.	Обучающийся: - осуществляет применение теории и практики маркетинговых исследований. Предложение моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов в области социологии маркетинга и рекламы, но может не осуществлять полноценную критическую оценку различных точек зрения или ограничений своей собственной аргументации, но при этом предоставляет

					достаточные аргументы для подтверждения своей оценки.
базовый		удовлетворительно		Обучающийся: - демонстрирует анализ рисков внедрения результатов социальных проектов и мероприятий в области маркетинга и рекламы, но недооценивает или переоценивает свои собственные навыки и знания, это может отразиться на качестве его оценки.	Обучающийся: - осуществляет применение теории и практики маркетинговых исследований. Предложение моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов в области социологии маркетинга и рекламы, но не прилагает достаточные усилия для критической оценки информации, анализа различных точек зрения или выявления ограничений своего аргумента, его оценка может быть поверхностной или неубедительной.
низкий		не удовлетворительно	Обучающийся на низком уровне: – 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 «Социологические методы исследования рынка в сетевой среде» 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 «Основы социологических методов исследования в сетевой среде»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие методы сбора данных из сетевой среды можно использовать для анализа потребительского поведения? Какие преимущества и ограничения у каждого из этих методов?</li> <li>2. Какие ключевые шаги необходимо выполнить для анализа сентиментов в текстовых данных из социальных медиа? Какие практические результаты можно получить при таком анализе?</li> <li>3. Какой подход к созданию онлайн-опросов и анкетированию можно использовать при исследованиях в сетевой среде? Какие особенности нужно учесть для обеспечения надежности и репрезентативности результатов?</li> <li>4. Как выявить и проанализировать влияние сетевых трендов на потребительские предпочтения? Какие сценарии развития потребительского поведения можно спрогнозировать на основе анализа трендов?</li> <li>5. Какие принципы сегментации аудитории из сетевой среды можно использовать при анализе реакции на продукты и бренды? Как сегментация может помочь в разработке более целевых маркетинговых стратегий?</li> <li>6. Какие преимущества и ограничения собственных платформ для обсуждения продуктов и услуг (например, форумы и группы в соцсетях) имеют для исследования взаимодействия с аудиторией? Какие аспекты этого взаимодействия могут быть проанализированы?</li> <li>7. Каким образом анализ отзывов и рецензий о продуктах и брендах влияет на репутацию компании? Какие методы можно использовать для измерения этого воздействия?</li> <li>8. Какие практические рекомендации можно дать брендам и компаниям на основе анализа коммуникации с аудиторией в сетевой среде? Какие стратегии коммуникации могут быть более эффективными с учетом сетевых особенностей?</li> </ol>	ОПК-2: ИД-ОПК-2.2 ПК-2: ИД-ПК-2.2
2.	Коллоквиум по разделу «Основы социологических методов исследования в сетевой среде»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие основные методы сбора данных из сетевой среды используются в социологических исследованиях? Приведите примеры ситуаций, когда каждый из этих методов может быть наиболее эффективным.</li> <li>2. Какие особенности следует учитывать при анализе сентиментов в текстовых данных из социальных медиа? Какие типы сентиментов могут быть выявлены в таких данных и как их интерпретировать?</li> <li>3. Какой подход к проведению онлайн-опросов и анкетированию может быть использован для изучения мнений и предпочтений аудитории? Какие плюсы и минусы у этого метода?</li> <li>4. Какие сетевые тренды могут оказывать наибольшее влияние на потребительское поведение? Какие методы анализа можно использовать для определения важности и актуальности этих трендов?</li> <li>5. Каким образом можно классифицировать аудиторию сетевых платформ для анализа реакции на продукты и бренды? Какие параметры следует учитывать при сегментации аудитории?</li> <li>6. Какие преимущества и недостатки у собственных платформ для обсуждения продуктов и услуг (например, форумы, группы в соцсетях) для исследования взаимодействия с аудиторией? Какие</li> </ol>	ПК-2: ИД-ПК-2.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		<p>аспекты этого взаимодействия могут быть проанализированы?</p> <p>7. Как может быть измерено влияние анализа отзывов и рецензий о продуктах и брендах на репутацию компании? Какие метрики и показатели могут использоваться для оценки этого воздействия?</p> <p>8. Какие практические рекомендации можно дать компаниям и брендам на основе анализа коммуникации с аудиторией в сетевой среде? Какие стратегии взаимодействия могут считаться наиболее эффективными с учетом сетевых особенностей?</p>	
3.	Контрольная работа по разделу «Анализ потребительского поведения и реакции в сетевой среде»	<p>1. Какие методы анализа потребительского поведения и реакции на продукты и бренды в сетевой среде существуют? Объясните, как каждый из этих методов может быть применен для получения информации о поведении и мнениях аудитории.</p> <p>2. Какие особенности следует учитывать при анализе сентиментов в текстовых данных из социальных медиа? Какие преимущества и ограничения свойственны этому методу анализа?</p> <p>3. Какие типы сетевых трендов могут повлиять на потребительское поведение? Приведите примеры таких трендов и объясните, как их можно выявить и проанализировать.</p> <p>4. Какие практические применения сегментации аудитории в сетевой среде могут быть в контексте анализа реакции на продукты и бренды? Какие пользы компании могут извлечь из этой сегментации?</p> <p>5. Какие преимущества и ограничения собственных платформ для обсуждения продуктов и услуг (например, форумы, группы в соцсетях) могут быть в анализе реакции аудитории? Какие аспекты этой реакции могут быть исследованы?</p> <p>6. Каким образом анализ отзывов и рецензий о продуктах и брендах может повлиять на репутацию компании? Какие метрики и индикаторы можно использовать для измерения этого воздействия?</p> <p>7. Какие практические рекомендации можно дать компаниям и брендам на основе анализа потребительского поведения и реакции в сетевой среде? Какие подходы к коммуникации и взаимодействию с аудиторией могут быть более успешными?</p> <p>8. Какие вызовы и препятствия могут возникнуть при анализе реакции аудитории в сетевой среде? Как компании могут преодолеть эти проблемы и использовать аналитические результаты для улучшения своей деятельности?</p>	ОПК-2: ИД-ОПК-2.2 ПК-2: ИД-ПК-2.2
4.	Опрос-дискуссия по разделу «Анализ потребительского поведения и реакции в сетевой среде»	<p>1. Какие методы анализа реакции аудитории на продукты и бренды в сетевой среде вы считаете наиболее эффективными? Почему?</p> <p>2. Какие преимущества и ограничения свойственны анализу сентиментов в текстовых данных из социальных медиа?</p> <p>3. Какие сетевые тренды могут повлиять на потребительское поведение? Как вы думаете, какие из них наиболее значимы для сегодняшних компаний?</p> <p>4. Каким образом сегментация аудитории может помочь лучше понять реакцию на продукты и бренды? Приведите примеры сегментов аудитории и различий в их реакции.</p>	ОПК-2: ИД-ОПК-2.2 ПК-2: ИД-ПК-2.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
		5. Какие аспекты потребительского поведения и реакции можно исследовать, анализируя обсуждения на собственных платформах (форумы, группы в соцсетях) компании? 6. Какие практические результаты может предоставить анализ отзывов и рецензий о продуктах и брендах для компании? 7. Какие стратегии взаимодействия с аудиторией в сетевой среде, основанные на анализе потребительского поведения, вы считаете наиболее эффективными? Поделитесь своими идеями. 8. Какие вызовы могут возникнуть при анализе реакции аудитории в сетевой среде? Как компании могут бороться с этими вызовами?	
5.	Опрос-дискуссия по разделу «Прогнозирование и разработка маркетинговых стратегий в сетевой среде»	1. Какие методы прогнозирования трендов и потребительского поведения в сетевой среде вы считаете наиболее эффективными? Почему? 2. Какие аспекты сетевых трендов и маркетинговых данных могут быть использованы для разработки успешных стратегий? Приведите примеры. 3. Какие преимущества и ограничения свойственны анализу данных из сетевой среды при прогнозировании реакции на маркетинговые стратегии? 4. Как можно использовать анализ отзывов и рецензий о продуктах и услугах для улучшения маркетинговых стратегий? Какие изменения могут быть внесены на основе таких аналитических данных? 5. Какие параметры и показатели следует учитывать при прогнозировании эффективности маркетинговых стратегий в сетевой среде? Каким образом эти данные могут помочь в коррекции стратегий? 6. Каким образом сетевая аудитория и тренды могут повлиять на выбор целевой аудитории и позиционирование продукта? Как разработать маркетинговую стратегию, учитывая эти факторы? 7. Какие вызовы и препятствия могут возникнуть при разработке маркетинговых стратегий в сетевой среде? Какие подходы могут помочь их преодолеть? 8. Какие особенности сетевой среды могут повлиять на прогнозирование и разработку маркетинговых стратегий в сравнении с традиционными методами? Как компании могут адаптировать свои подходы к этим особенностям?	ПК-2: ИД-ПК-2.2
6.	Реферат по разделу «Прогнозирование и разработка маркетинговых стратегий в сетевой среде»	1. Влияние анализа сетевых трендов на разработку маркетинговых стратегий: преимущества и ограничения. 2. Прогнозирование потребительской реакции на маркетинговые стратегии в социальных медиа. 3. Роль анализа сентиментов в сетевой среде в прогнозировании успеха маркетинговых стратегий. 4. Использование данных из обсуждений и отзывов для оптимизации маркетинговых стратегий. 5. Сегментация аудитории на основе сетевых данных: как это влияет на разработку маркетинговых стратегий.	ОПК-2: ИД-ОПК-2.2 ПК-2: ИД-ПК-2.2

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
	среде»	6. Роль сетевой аудитории в определении целевой группы и позиционирования продукта. 7. Анализ метрик и показателей в разработке маркетинговых стратегий в сетевой среде. 8. Прогнозирование эффективности рекламных кампаний на основе данных из социальных медиа. 9. Оптимизация маркетинговых стратегий с учетом сетевых трендов и аудитории. 10. Адаптация маркетинговых стратегий к особенностям сетевой среды: вызовы и преимущества.	

## 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 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		5

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	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 признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.		5
	Обучающийся дал полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана		4



Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	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.		
	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 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		5

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	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
	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:
Зачет с оценкой: в устной форме по билетам	<p>Билет 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие основные методы исследования рынка в сетевой среде существуют? Приведите примеры.</li> <li>2. Какие преимущества и ограничения свойственны социологическим методам исследования рынка в сетевой среде?</li> <li>3. Какие виды данных в сетевой среде могут быть использованы для анализа потребительского поведения?</li> </ol> <p>Билет 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как влияют сетевые тренды на потребительское поведение и реакцию на маркетинговые стратегии?</li> <li>2. Какие аспекты сетевых методов исследования рынка особенно полезны при определении целевой аудитории?</li> <li>3. Какие практические рекомендации можно дать компаниям для успешного проведения социологических исследований в сетевой среде?</li> </ol> <p>Билет 3:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие преимущества может предоставить анализ сентиментов в текстовых данных из социальных медиа?</li> <li>2. Как сегментация аудитории может повлиять на разработку маркетинговых стратегий?</li> <li>3. Какие вызовы могут возникнуть при сборе и анализе данных из сетевой среды для исследования рынка?</li> </ol> <p>Билет 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Каким образом социологические методы исследования рынка в сетевой среде могут помочь определить потребности и предпочтения аудитории?</li> <li>2. Какие аспекты потребительского поведения и реакции можно изучать, анализируя обсуждения на собственных платформах компании?</li> <li>3. Как можно использовать анализ отзывов и рецензий о продуктах и брендах для разработки маркетинговых стратегий?</li> </ol> <p>Билет 5:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие особенности потребительского поведения и реакции в сетевой среде следует учитывать при разработке маркетинговых стратегий?</li> <li>2. Как анализ сетевых данных может помочь определить конкурентное преимущество компании на рынке?</li> <li>3. Какие методы анализа данных из социальных медиа могут быть использованы для прогнозирования эффективности рекламных кампаний?</li> </ol> <p>Билет 6:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие аспекты рыночной конкуренции и позиционирования продукта можно анализировать с помощью социологических методов в сетевой среде?</li> <li>2. Какие практические рекомендации можно дать компаниям для эффективного взаимодействия с аудиторией в</li> </ol>

	<p>сетевой среде?</p> <p>3. Какие методы прогнозирования и разработки маркетинговых стратегий в сетевой среде могут быть применимы в разных сферах бизнеса?</p> <p>Билет 7:</p> <p>1. Какие особенности анализа реакции на маркетинговые стратегии в сетевой среде могут быть важны для адаптации стратегий к изменяющимся трендам?</p> <p>2. Какие практические результаты может предоставить анализ отзывов и рецензий о продуктах и услугах для компании?</p> <p>3. Какие этические аспекты следует учитывать при проведении социологических исследований в сетевой среде?</p> <p>Билет 8:</p> <p>1. Какие сетевые данные и тренды могут быть использованы для прогнозирования изменений в потребительском поведении?</p> <p>2. Какие вызовы и ограничения свойственны анализу данных из сетевой среды при исследовании рынка?</p> <p>3. Как адаптировать маркетинговые стратегии к особенностям сетевой среды и требованиям целевой аудитории?</p>
--	--

#### 5.4 Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
<p>Зачет с оценкой в устной форме по билетам</p> <p>Распределение баллов по вопросам билета:</p> <p>1-й вопрос: 0 – 33,3 баллов</p> <p>2-й вопрос: 0 – 33,3 баллов</p> <p>3-й вопрос: 0 – 33,3 баллов</p>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> </ul>		5

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

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проектная деятельность;
- 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 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.
<b>119071, г. Москва, Садовническая ул., д. 35</b>	
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.
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
<b>119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1</b>	
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	<a href="http://znanium.com/catalog/author/f2ea1afd-fade-11e3-bac3-90b11c31de4c">http://znanium.com/catalog/author/f2ea1afd-fade-11e3-bac3-90b11c31de4c</a>	-
4	Касьянов В.В.	Социология	учебник	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/sociologiya-517207">https://urait.ru/book/sociologiya-517207</a>	-
5	Головин Н.А.	Современные социологические теории	учебник и практикум для вузов	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/sovremennye-sociologicheskie-teorii-511476">https://urait.ru/book/sovremennye-sociologicheskie-teorii-511476</a>	-
6	Кораблева Г.Б.	Социология города. Проектирование социальных изменений в городской среде	учебное пособие для вузов	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/sociologiya-goroda-proektirovanie-socialnyh-izmeneniy-v-gorodskoy-srede-493475">https://urait.ru/book/sociologiya-goroda-proektirovanie-socialnyh-izmeneniy-v-gorodskoy-srede-493475</a>	-
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		<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=43142">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=43142</a>	-
7	Здравомыслов А.Г.	Поле социологии в современном мире	монография	М.: Логос		<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468738">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468738</a>	-
8	Тавокин Е.П.	Социологическое исследование	сборник научных трудов	М.: Слово		<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=417093">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=417093</a>	-
9	Горшков М.К. Шереги Ф.Э.	Прикладная социология: методология и методы	учебное пособие	М.: Альфа-М		<a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=147600">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=147600</a>	-
10	Каримова А.Б.	Социология международных отношений	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/sociologiya-mezhdunarodnyh-otnosheniy-511086">https://urait.ru/book/sociologiya-mezhdunarodnyh-otnosheniy-511086</a>	
11	Кареев Н.И.	Введение в изучение социологии	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/vvedenie-v-izuchenie-sociologii-516457">https://urait.ru/book/vvedenie-v-izuchenie-sociologii-516457</a>	
12	Ирхин В.Ю.	Политология в 2ч. Часть 1	учебник для вузов	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/politologiya-v-2-ch-chast-1-istoriya-politicheskoy-mysli-512998">https://urait.ru/book/politologiya-v-2-ch-chast-1-istoriya-politicheskoy-mysli-512998</a>	

## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

№ пп	Пе риод	Номер и дата договора	Предмет договора	Партнер по договору	Ссылка на электронный ресурс	Срок действ ия догово ра
1.	2023	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: 2019 г. - 2022 г.) <a href="https://onlinelibrary.wiley.com/">https://onlinelibrary.wiley.com/</a>	Действ ует 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 Springer Materials: <a href="https://materials.springer.com/">https://materials.springer.com/</a>	Действ ует 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 Springer Nature Protocols and Methods: <a href="http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols">http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols</a>	Действ ует по 29.12.2023 г.
4.	2023	РЦНИ Информационное письмо № 1955 от 30.12.2022	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS	РЦНИ	<a href="https://www.orbit.com/">https://www.orbit.com/</a>	Действ ует 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	<a href="https://www.ccdc.cam.ac.uk/">https://www.ccdc.cam.ac.uk/</a>	Действ ует 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»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>	Действ ует до 17.02.2024 г.
7.	2022/2023	Договор № 494 эбс от 12.10.2022 г.	О предоставлении доступа к ЭБС Znanium.com	ООО «ЗНАНИУМ»	<a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>	Действ ует до 12.10.2023 г.
8.	2022/2023	Договор № 450-22 Е-44-5 от 05.10.2022 г.	О предоставлении доступа к образовательной платформе «ЮРАЙТ»	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>	Действ ует до 14.10.2023 г.
9.	2022/2023	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	<a href="https://www.elibrary.ru/">https://www.elibrary.ru/</a>	Действ ует до 25.05.2023

10.	2022/2/023	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»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>	Действует до 18.02.2023 г.
11.	2023	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.) <a href="https://onlinelibrary.wiley.com/">https://onlinelibrary.wiley.com/</a>	Ресурс бессрочный
12.	2023	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): <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Springer Journals (год издания – 2023 г. - тематические коллекции Physical Sciences & Engineering Package) : <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a>	Ресурс бессрочный
13.	2023	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) : <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a>	Ресурс бессрочный
14.	2023	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.): <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) : <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a>	Ресурс бессрочный
15.	2023	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		<a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a>	
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.): <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> База данных Springer Journals: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a>	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: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> База данных Adis Journals (выпуски 2022 г.): <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a>	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.): <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Springer Journals: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a>	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): <a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a>	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): <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> База данных Nature journals (выпуски 2019 г.): <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a>	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	<a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a>	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	<a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> <a href="https://www.springerprotocols.com/">https://www.springerprotocols.com/</a> <a href="https://materials.springer.com/">https://materials.springer.com/</a> <a href="https://link.springer.com/search?facet-content-type=%22ReferenceWork%22">https://link.springer.com/search?facet-content-type=%22ReferenceWork%22</a> <a href="http://zbmath.org/">http://zbmath.org/</a> <a href="http://npg.com/">http://npg.com/</a>	Ресурс бессро чный с 01.01.2017
23.	2016/2019	Соглашение № 2014 от 29.10.2016 г.	О предоставлении доступа к БД СМН	ООО "ПОЛПРЕД Справочник и"	<a href="http://www.polpred.com">http://www.polpred.com</a>	Ресурс бессро чный
24.	2015/2019	Договор № 101/НЭБ/0486 от 16.07.2015 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке»	ФГБУ РГБ	<a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a>	Ресурс бессро чный

25.	201 3/2 019	Соглашение № ДС-884- 2013 от 18.10.2013 г.	О сотрудничестве в Консорциуме	НП НЭИКОН	<a href="http://www.neicon.ru/">http://www.neicon.ru/</a>	Ресурс бессро чный
26.	201 3/2 019	Лицензионно е соглашение № 8076 от 20.02.2013 г.	О предоставлении доступа к eLIBRARY.RU	ООО «Националь ная электронная библиотека » (НЭБ)	<a href="http://www.elibrary.ru/">http://www.elibrary.ru/</a>	Ресурс бессро чный

## 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:

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