

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ  
ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРИКЛАДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В  
СОЦИОЛОГИИ**

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Модуль <b>Основы производственно-прикладной деятельности в социологии</b>	Код модуля <b>1138734</b>
Образовательная программа <b>Социология</b>	Код ОП <b>39.03.01/01.02</b>
Траектория образовательной программы (ТОП)	-
Направление подготовки <b>Социология</b>	Код направления и уровня подготовки <b>39.03.01</b>
Уровень подготовки — <b>бакалавриат</b>	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: <b>№ 1328 от 12.11.15</b>

СОГЛАСОВАНО

ДИРЕКЦИЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ  
ПРОГРАММ

Екатеринбург, 2016

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Могильчак Елена Львовна	Кандидат философских наук, доцент по кафедре социологии	Доцент	Прикладной социологии	

**Руководитель модуля**

Е.Л. Могильчак

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** социальных и политических наук

Председатель учебно-методического совета  
Института социальных и политических наук

Е. С. Черепанова

Протокол № 33.00-08/45 от « 16 мая 2016 г.

**Согласовано:**

Дирекция образовательных программ

Руководитель образовательной программы (ОП),  
для которой реализуется модуль

О.Г. Смирнова

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПРИКЛАДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОЦИОЛОГИИ

1.1. Объем модуля 14 з.е.

## 1.2. Аннотация содержания модуля

Модуль «Основы производственно-прикладной деятельности в социологии» относится к вариативной части учебного плана, модулям по выбору ВУЗа.

Целью модуля является формирование у студентов знания методов и теорий, позволяющих обосновать практическую целесообразность исследований социально-экономических и социально-психологических явлений, оценить практическую эффективность принятия управленческих решений, консультировать руководителей по социальным вопросам.

В процессе изучения дисциплин модуля студенты осваивают теоретические и методические аспекты исследования проблематики личности и социальных групп, механизмов стимулирования поведения личности. Это позволяет реализовать цели деятельности социолога при решении производственно-прикладных задач в различных сферах общественной жизни.

## 2. СТРУКТУРА МОДУЛЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ ПО ДИСЦИПЛИНАМ

Очная форма обучения

Наименования дисциплин с указанием, к какой части образовательной программы они относятся: базовой (Б), вариативной – по выбору вуза (ВВ), вариативной - по выбору студента (ВС).		Семестр изучения	Объем времени, отведенный на освоение дисциплин модуля							
			Аудиторные занятия, час.				Самостоятельная работа, включая все виды текущей аттестации, час.	Промежуточная аттестация (зачет, экзамен), час.	Всего по дисциплине	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего			Час.	Зач. ед.
1.	ВВ Маркетинг	5	10	24	-	34	70	4, Зачёт	108	3
2.	ВВ Методы психодиагностики в социологических исследованиях	4-5	34	34	-	68	162	4, Зачет 18, Экзамен	252	7
3.	ВВ Социальная психология	4	34	16	-	50	76	18, Экзамен	144	4.
<b>Всего на освоение модуля</b>			<b>78</b>	<b>74</b>		<b>152</b>	<b>308</b>	<b>44</b>	<b>504</b>	<b>14</b>

### Заочная форма обучения

Наименования дисциплин с указанием, к какой части образовательной программы они относятся: базовой (Б), вариативной – по выбору вуза (ВВ), вариативной - по выбору студента (ВС).		Семестр изучения	Объем времени, отведенный на освоение дисциплин модуля							
			Аудиторные занятия, час.				Самостоятельная работа, включая все виды текущей аттестации, час.	Промежуточная аттестация (зачет, экзамен), час.	Всего по дисциплине	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего			Час.	Зач. ед.
4.	ВВ Маркетинг	8	6	8	-	14	90	4, зачёт	108	3
5.	ВВ Методы психодиагностики в социологических исследований	7-8	18	16	-	34	196	4, зачёт 18, экзамен	252	7
6.	ВВ Социальная психология	5	10	8	-	18	108	18, экзамен	144	4.
<b>Всего на освоение модуля</b>			<b>34</b>	<b>32</b>		<b>66</b>	<b>394</b>	<b>44</b>	<b>504</b>	<b>14</b>

### 3. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН В МОДУЛЕ

3.1.	Пререквизиты и постреквизиты в модуле	Пререквизиты: социальная психология Постреквизиты: Маркетинг, Методы психодиагностики,
3.2.	Кореквизиты	Методы психодиагностики, Маркетинг

### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ

#### 4.1. Планируемые результаты освоения модуля и составляющие их компетенции

Коды ОП, для которых реализуется модуль	Планируемые в ОХОП результаты обучения -РО, которые формируются при освоении модуля	Компетенции в соответствии с ФГОС ВО, а также дополнительные из ОХОП, формируемые при освоении модуля
39.03.01/01.02	<b>РО-012:</b> Способность социологическими методами осуществлять производственно-прикладную деятельность в области изучения социального, экономического, политического и духовного состояния общества, закономерностей и тенденций его развития	ПК-10 - способностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук в аналитической работе, консультировании и экспертизе в рамках производственно-прикладной деятельности ПК-11 - способностью использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп ПК-12 - способностью разрабатывать основанные на результатах проведенных исследований предложения и рекомендации по решению социальных проблем, по согласованию интересов социальных групп и общностей ПК-13 - способностью использовать методы

		<p>социологического анализа в процессах разработки и принятия управленческих решений, в оценке их практической эффективности ПК-14 - способностью обосновать практическую целесообразность исследований, направленных на изучение различного рода социальных явлений, планировать и осуществлять исследование общественного мнения с использованием методов сбора и анализа социологической информации</p> <p>ПК-15 - способностью планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей</p> <p>ПК-16 - способностью к практическому использованию основ социальных наук для разработки предложений по повышению эффективности труда</p>
--	--	---

#### 4.2. Распределение формирования компетенций по дисциплинам модуля

Дисциплины модуля		ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16
1	ВВ Маркетинг	*	*		*		*	
2	ВВ Методы психодиагностики в социологических исследованиях	*	*					*
3	ВВ Социальная психология	*	*	*		*		*

#### 5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО МОДУЛЮ

НЕ ПРЕДУСМОТРЕНО

#### 6. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ МОДУЛЯ

Номер листа изменений	Номер протокола заседания проектной группы модуля	Дата заседания проектной группы модуля	Всего листов в документе	Подпись руководителя проектной группы модуля

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России  
Б.Н.Ельцина»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
МАРКЕТИНГ**

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	Учетные данные
Модуль <b>Основы производственно-прикладной деятельности в социологии</b>	Код модуля <b>1138734</b>
<b>Образовательная программа «Социология»</b>	Код ОП <b>39.03.01/01.02</b>
<b>Направление подготовки</b> Социология	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 39.03.01
<b>Уровень подготовки</b> бакалавриат	
<b>ФГОС ВО</b>	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: <b>№ 1328 от 12.11.15</b>

Екатеринбург, 2016.

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>ФИО</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Кафедра</b>	<b>Подпись</b>
1	Могильчак Елена Львовна	К.ф.н., доцент	доцент	Прикладной социологии	

**Руководитель модуля**

Е.Л. Могильчак

**Рекомендовано учебно-методическим советом  
института социальных и политических наук**

Председатель учебно-методического совета  
Института социальных и политических наук

Е. С. Черепанова

Протокол № 33.00-08/45 от « 16 мая 2016 г.

**Согласовано:**

Дирекция образовательных программ

# 1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ

## 1.1.Аннотация содержания дисциплины

Дисциплина «Маркетинг» является частью модуля «МВ5. Основы производственно-прикладной деятельности в социологии», вариативной части образовательной программы

Курс ставит своей целью ознакомить студентов с основными понятиями и принципами теории маркетинга

В результате освоения курса студенты научатся пользоваться теоретическими понятиями, отражающими проблематику маркетинговой деятельности в целях анализа возможностей выбора фирмой стратегии маркетинга, поведения покупателя в процессе осуществления выбора.

## 1.2. Язык реализации программы - русский

## 1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Результатом обучения в рамках дисциплины является формирование у студента следующих компетенций:

**ПК-10** - умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций;

**ПК-11** - способностью использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп

**ПК-13** - способностью использовать методы социологического анализа в процессах разработки и принятия управленческих решений, в оценке их практической эффективности

**ПК-15** - способностью планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей

В результате освоения дисциплины студент должен

### **знать**

основные принципы и понятия теории маркетинга  
основы организации маркетинговой деятельности  
методы исследования рынка

### **уметь**

применять статистические методы для расчёта показателей эффективности деятельности организации на рынке  
анализировать внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду предприятия...

### **владеть**

навыком применения методик изучения рынка товаров и услуг в целях достижения прикладных задач

навыком составления программы маркетингового исследования

навыком получения экономической и социологической информации о состоянии маркетинговой среды предприятия



### 1.4.Объем дисциплины

Очная форма обучения

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	Семестр 5		
1.	<b>Аудиторные занятия</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>34</b>		
2.	Лекции	10	10	34		
3.	Практические занятия	24	24	24		
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	<b>Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации</b>	<b>70</b>	<b>5,10</b>	<b>70</b>		
6.	<b>Промежуточная аттестация</b>	4	<b>0,25</b>	3 (4)		
7.	<b>Общий объем по учебному плану, час.</b>	108	39,35	108		
8.	<b>Общий объем по учебному плану, з.е.</b>	3		3		

Заочная форма обучения

№ п/ п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	7	8	
1.	<b>Аудиторные занятия</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	
2.	Лекции	6	6	12	4	
3.	Практические занятия	8	8		8	
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	<b>Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации</b>	<b>90</b>	<b>2,10</b>		<b>90</b>	
6.	<b>Промежуточная аттестация</b>	4	<b>0,25</b>		3(4)	
7.	<b>Общий объем по учебному плану, час.</b>	108	16,35		108	
8.	<b>Общий объем по учебному плану, з.е.</b>	3			3	

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины	Содержание
Р.1.	<b>Основные понятия теории маркетинга.</b>	<p>Маркетинг как вид человеческой деятельности и социальный процесс. Идеология маркетинга. Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования сбыта. Концепция совершенствования товара. Потребительская концепция. Концепция социально-этического маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг. Организационный маркетинг. Комплекс маркетинга.</p> <p>Роль маркетинга в компании. Маркетинговая среда фирмы. Микросреда. Макросреда. Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Поставщики. Маркетинговые посредники. Клиенты. Конкуренты. Контактные аудитории. Основные факторы макросреды фирмы. Демографическая среда. Экономическая среда. Природная среда. Научно-техническая среда. Политическая среда. Культурная среда</p> <p>Маркетинговая информационная система. Маркетинговые исследования. Вторичный анализ информации. Маркетинговые журналы. Данные Государственного комитета по статистике. Данные исследовательских организаций. Скан-панель домохозяйств по репрезентативной выборке городского населения исследовательского холдинга РОМИР.</p>
Р.2.	<b>Исследование поведения потребителя</b>	<p>Мотивация потребителя. Родовые и производные потребности. Теория потребительских ценностей Шета-Ньюмена-Гросса. Взаимодействие потребительских ценностей и системы ценностных ориентаций личности.</p> <p>Концепция мультиатрибутивного товара. Понятие атрибута. Ядерная услуга. Периферийные услуги. Значимость атрибута. Важность атрибута. Характерность атрибута. Воспринимаемое присутствие атрибута. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара. Установка относительно товара. Измерение установки на основе композиционного подхода. Модель Фишбеина. Модель идеальной точки. Декомпозиционный подход. Конджойнт-анализ как метод исследования потребительских предпочтений. Уровень атрибута. Профиль продукта.</p> <p>Восприятие продукта. Факторный анализ как средство построения карт восприятия. Восприятие сходства товарных марок.</p> <p>Модель покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Осознание проблемы. Процесс поиска информации. Оценка вариантов. Решение о покупке Реакция на покупку. Покупатель и потребность в информации. Поиск информации. Внутренний и внешний поиск. Удовлетворенность покупкой. Поведение неудовлетворенных</p>

		покупателей
Р.3.	<b>Концепции, методы и приёмы, относящиеся к стратегическому маркетингу</b>	Выбор стратегии маркетинга. Стратегический план маркетинга. Сегментирование рынка. Микросегментация. Макросегментация. Базовые концепции анализа спроса. Анализ привлекательности рынка. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Позиционирование товара. Планирование программы маркетинга. Модели, используемые для принятия решений.
Р.4	<b>Принятие решений, относящихся к комплексу маркетинга</b>	<p>Основные виды товаров. Модель жизненного цикла товара  Разработка концепции товара. Решение об использовании марки. Решение относительно товарного ассортимента и товарной номенклатуры. Развитие путём выпуска новых товаров. Методы тестирования товара.</p> <p>Понятие ценовой политики и ее значение. Роль цены в практике конкуренции. Ценообразование в производственной практике. ценообразование, ориентированное на затраты. Ценообразование ориентированное на потребителей. Ценообразование, ориентированное на конкурентов. Методы тестирования цены Точка безразличия. Точка предельной дешевизны. Точка предельной дороговизны. Точка оптимальной цены.</p> <p>Роль коммуникации в маркетинге. Стимулирование сбыта  Процесс рекламной коммуникации. Показатели рекламного воздействия..</p> <p>Задачи распределения. .Стратегический уровень. Тактический уровень. Длина сбытового канала. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные маркетинговые системы. Выбор каналов сбыта. Физическое распределение. Использование персональной продажи. Стратегии охвата рынка.</p>

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

#### 3.1. Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины

Очная форма обучения



Заочная форма обучения

Объем модуля (зач.ед.):14  
 Объем дисциплины (зач.ед.):3

Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)	Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)	Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)									
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	Или семинар, семинар-конференция, коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*				Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*					
P1	Основные понятия теории маркетинга.	12	1	1	0		11	3	3						1																			
P2	Исследование поведения покупателя	41	6	3	3		35	35	9	26																								
P3	Концепции, методы и приёмы, относящиеся к стратегическому маркетингу	35	6	1	5		29	23	3	20											6	1												
P4	Принятие решений, относящихся к комплексу маркетинга	16	1	1			15	3	3						1																			
	<b>Всего (час), без учета промежуточной аттестации:</b>	<b>104</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>90</b>	<b>64</b>	18	46	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	0	0	0	0	12	8	0	0	0	0	0	0	0	0	6	6	0				
	<b>Всего по дисциплине (час.):</b>	<b>108</b>	<b>14</b>				<b>94</b>	13										В т.ч. промежуточная аттестация										<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>			

Зачет

Экзамен

Интегрированный экзамен по модулю

Проект по модулю

#### 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

##### 4.1.Лабораторные работы

*не предусмотрено*

##### 4.2.Практические занятия

Очная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P2	1	Методы анализа воспринимаемого сходства товаров.	2
P2	2	Измерение отношения к товару на основе композиционного подхода	2
P2	3	Показатели восприятия атрибутов товара путём совместного анализа. Частная полезность атрибута	2
P3	4	Стратегии охвата рынка	2
P3	5,6	Методы позиционирования товара на рынке	4
P3	7,8	Использование факторного анализа на этапе подготовки к созданию карты восприятия	4
P4	9,10	Методы тестирования товара.	4
P4	11,12	Измерение чувствительности к цене	4
<b>Всего</b>			<b>24</b>

Заочная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P2	1	Методы анализа воспринимаемого сходства товаров.	1
P2	1	Измерение отношения к товару на основе композиционного подхода	1
P2	2	Показатели восприятия атрибутов товара путём совместного анализа. Частная полезность атрибута	1
P3	2	Стратегии охвата рынка	1
P3	3	Методы позиционирования товара на рынке	1
P3	3	Использование факторного анализа на этапе подготовки к созданию карты восприятия	1
P3	4	Методы тестирования товара.	1
P3	4	Измерение чувствительности к цене	1
<b>Всего</b>			<b>8</b>

##### 4.3.Примерная тематика самостоятельной работы

###### 4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

*Не предусмотрено*

###### 4.3.2. Примерный перечень тем графических работ

*Не предусмотрено*

###### 4.3.3. Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

*Не предусмотрено*

#### **4.3.4 Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов**

1. Маркетинговый анализ рынка продовольственных товаров
2. Маркетинговый анализ рынка мебели
3. Маркетинговый анализ рынка компьютеров
4. Маркетинговый анализ рынка мобильных телефонов
5. Маркетинговый анализ рынка банковских услуг
6. Маркетинговый анализ рынка парикмахерских услуг
7. Маркетинговый анализ рынка лекарственных средств
8. Маркетинговый анализ рынка медицинских услуг
9. Маркетинговый анализ рынка автомобилей
10. Маркетинговый анализ рынка жилья
11. Маркетинговый анализ рынка туристских услуг
12. Маркетинговый анализ рынка образовательных услуг

#### **4.3.5. Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)**

1. Расчёт показателей чувствительности к цене
2. Емкость рынка
3. Эластичность спроса
4. Доля рынка
5. Уровень проникновения на рынок
6. Уровень приверженности марке

#### **4.3.6. Примерный перечень тем расчетно-графических работ**

*Не предусмотрено*

#### **4.3.7. Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)**

*Не предусмотрено*

#### **4.3.8. Примерная тематика контрольных работ**

1. Микросреда функционирования фирмы
2. Макросреда функционирования фирмы
3. Комплекс маркетинга
4. Товарная политика
5. Ценовая политика
6. Сбытовая политика
7. Коммуникационная политика
8. Концепция мультиатрибутивного товара
9. Процесс принятия решения о покупке.
10. Стратегии охвата рынка

#### **4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов**

*Не предусмотрено*

## 5. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ, ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения						Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение					
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
P1				*								
P2				*								
P3					*							

## 6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ (Приложение 1)

## 7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ (Приложение 2)

## 8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Приложение 3)

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 9.1.Рекомендуемая литература

#### 9.1.1.Основная литература

1. Галицкий, Е. Б.. Маркетинговые исследования : учебник для магистров : [для вузов по экон. направлениям и специальностям] / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. — М. : Юрайт, 2012. — 540 с. : ил. — Допущено М-вом образования и науки РФ. — Библиогр.: с. 538-540 (32 назв.).
2. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров : [для вузов по экономическим направлениям и специальностям / Е. А. Боргард, С. В. Карпова, Р. К. Крайнева, Н. П. Козлова и др.] ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ, Рос. Ассоциация Маркетинга ; под общ. ред. С. В. Карповой. — Москва : Юрайт, **2015**. — 408 с. : ил. — (Бакалавр, Базовый курс). — Допущено М-вом образования и науки РФ. — Включено в серию "Библиотека Российской Ассоциации Маркетинга". — Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru.
3. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг. Что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080200.62 "Менеджмент" (профиль - "Маркетинг") (квалификация (степень) - "бакалавр") / Т. Н. Рыжикова. — Москва : ИНФРА-М, **2014**. — 287, [1] с. : ил. — Рек. Учеб.-метод. об-нием по образованию в обл. менеджмента. —



4. Синицына О. Н. Маркетинг : [учебное пособие по направлению "Менеджмент" / О. Н. Синицына. — 2-е изд., стер. — Москва : Кнорус, 2014. — 210 с. : ил. — (Бакалавриат). — Допущено Советом УМО по образованию в области менеджмента.

### 9.1.2.Дополнительная литература

1. Аакер Д. А. Маркетинговые исследования / Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй ; [пер. с англ. под ред. С. Божук]. — СПб. [и др.] : Питер, 2004. — 840 с. : ил. — Загл. и авт. ориг.: Marketing research / D. Aaker, V. Kumar, G. Day. — Библиогр. в примеч. в конце гл.
2. Абрамова Г.П. Маркетинг : Вопросы и ответы / Г. П. Абрамова ; Ред. Н. П. Мурзаева. — М. : Агропромиздат, 1991. — 159 с.
3. Академия рынка: Маркетинг : Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др. — М. : Экономика, 1993. — 572 с.
4. Акулич И.Л. Маркетинг : [Учебник для экон. спец. вузов] / И. Л. Акулич. — Минск : Высшэйшая школа, 2000. — 448 с.
5. Алдер Г. Маркетинг будущего: диалог сознаний = Mind to mind marketing : Общение с потребителями в XXI веке / Г. Алдер ; Пер. с англ. С. Потапенко. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. — 448 с.
6. Альтшулер И.Г. Стратегия и маркетинг. Две стороны одной медали, или Просто - о сложном / Игорь Альтшулер. — М. : Дело, 2011. — 285 с
7. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер ; Пер. с англ. И. Петровой, В. Васильевой; Под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб. ; М. ; Харьков ; Минск : Питер, 1999. — 395 с.
8. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия = Marketing: Principles & Strategy : Учебник для вузов / Г. Ассэль ; Науч. ред. В. Н. Калгин; Пер. с англ. М. З. Штернгарца. — М. : ИНФРА-М, 1999. — XII, 804 с.
9. Астратова Г.В. Маркетинг продовольственного рынка: концептуальный подход / Г. В. Астратова. — Шадринск : ПО"Исеть", 1996. — 324 с.
10. Багиев Г.Л. Маркетинг : [учебник для вузов по экон. специальностям] / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. — СПб. [и др.] : Питер, 2007. — 734 с. — Рек. М-вом образования и науки РФ.
11. Багиев Г.Л. Международный маркетинг : [учебник по специальности "Маркетинг"] / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. — СПб. [и др.] : Питер, 2008. — 688 с. — Допущено Советом Учеб.-метод. об-ния вузов России по образованию в обл. менеджмента.
12. Барышев А.Ф. Маркетинг : [учебник для сред. проф. образования по специальностям 0601 "Экономика, бухгалтерский учет и контроль" (по отраслям), 0602 "Менеджмент" (по отраслям)] / А. Ф. Барышев. — М. : Academia, 2002. — 207 с.
13. Башун Е.В. Маркетинг и фандрейзинг в библиотеках = Маркетинг і фандрейзинг в бібліотеках : Библиогр. указ. / Е. В. Башун ; Донецк. отд-ние Науч. о-ва им. Шевченко; Донецк. обл. универс. науч. б-ка им. Н. К. Крупской. — Донецк : Б. и., 2000. — 58 с.
14. Басадыгина И.Н. Маркетинг как технология управления современной библиотекой : [науч.-практ. пособие] / И. Н. Басадыгина, А. А. Апанасенко. — М. : [Литера], 2009. — 128 с.
15. Бедулин Ю.Н. Технологии эффективных продаж рекламы в газеты : [Путеводитель рекламиста и рекламодателя] / Ю. Н. Бедулин. — СПб. : Питер, 2001. — 392 с.
16. Бек М.А. Маркетинг В2В : учеб. пособие / М. А. Бек ; Гос. ун-т Высшая школа экономики. — М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. — 326 с.
17. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики : [учебник для вузов по направлению 521600 "Экономика" и специальности 060100 "Эконом. теория"] / В. И. Беляев. — М. : КНОРУС, 2007. — 669 с. — Рек. Науч.-метод. советом по экономике Учеб.-метод. об-ния по классическому университетскому образованию.

18. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Д. Бернет, С. Мориарти ; Пер. с англ. Н. Габенова, В. Кузина под общ. ред. С. Г. Божук. — СПб. : Питер, 2001. — 860 с.
19. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Роджер Бест ; пер. с англ. [Сергея Памфилова, Натальи Брагиной ; под ред. Павла Миронова] ; Стокгольмская школа экономики. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. — 742 с.
20. Блюм М.А. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. — М. : ФОРУМ, 2009. — 142 с.
21. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т. — М. ; Воронеж : [Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та : МОДЭК], 2004. — 560 с. — Рек. Ред.-изд. Советом Рос. акад. образования.
22. Божук С.Г. Маркетинговые исследования / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. — СПб. [и др.] : Питер, 2003. — 298 с.
23. Брюховец Н.А. Английский язык: менеджмент, маркетинг, таможенное дело = English: Management, Marketing and Customs : Учебник для вузов / Н. А. Брюховец, Л. П. Чахоян. — СПб. : Профессия, 2000. — 287 с.
24. Буров А.С. Международный маркетинг : учеб. пособие : [для вузов по специальностям "Коммерция" и "Маркетинг"] / А. С. Буров. — М. : Дашков и К, 2004. — 284 с.
25. Бэгготт К. E-mail маркетинг работает! Как продавать больше, используя один из мощнейших маркетинговых инструментов / Крисс Бэгготт совместно с Али Сейлсом ; [пер. с англ. О. А. Бабкиной]. — М. : Группа ИДТ, 2008. — 244 с.
26. Важенина, Ирина Святославовна. Интернет-маркетинг имиджа и репутации территории / И. С. Важенина ; Рос. акад. наук, Урал. отд-ние, Ин-т экономики. — Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2007. — 62 с.
27. Валладарес Дж. А. Ремесло копирайтинга / Дж. А. Валладарес ; [пер. с англ. под ред. С. Жильцова]. — СПб. [и др.] : Питер, 2005. — 271 с.
28. Ванэкен Б. Бренд-помощь. Простое руководство, которое поможет решить проблемы брендинга / Б. Ванэкен ; [пер. с англ. И. Малковой под ред. В. Домнина]. — СПб. [и др.] : Питер, 2005. — 336 с.
29. Васильев Г.А. Основы рекламной деятельности : [учеб. пособие для вузов по специальности 061500 "Маркетинг"] / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — М. : ЮНИТИ, 2004. — 415 с. — Рек. Учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник".
30. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг : учеб. пособие : [для вузов по специальностям 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг" и 080301 "Коммерция" (торговое дело)] / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — М. : Вузовский учебник, 2010. — 274с. — Допущено Учеб.-метод. об-нием по образованию в области коммерции и маркетинга.
31. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг / Н. А. Восколович ; [учебник для вузов по экон. специальностям]. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 206 с.
32. Гавриленко Н.И. Маркетинг : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Менеджмент" / Н. И. Гавриленко. — 3-е изд., стер. — Москва : Академия, 2013. — 188 с.
33. Галеева Р.Б. Маркетинг в образовании. Теория и практика : [учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080111.65 - Маркетинг] / Р. Б. Галеева. — Казань : Издательство ТГГПУ, 2011. — 165 с. — Допущено Учеб.-метод. об-нием по образованию в области маркетинга.
34. Гантер Б. Типы потребителей: введение в психографику / Б. Гантер, А. Фернхам ; Пер. с англ. Н. Качановой, Л. Царук под науч. ред. И. В. Андреевой. — СПб. : Питер, 2001. — 299 с.
35. Гартон, Энни. Паблисити: жми сюда / Э. Гартон ; Пер. с англ. С. Ехиванова, А. Романченко. — СПб. : Питер, 2003. — 267 с.

36. Герасименко В.В. Ценовая политика фирмы : практ. пособие / Валентина Герасименко. — М. : Эксмо, 2007. — 351 с.
37. Герасимова Л.Н. Маркетинг в библиотеке : Учеб. пособие / Герасимова Лариса Николаевна, Кокойкина Ольга Николаевна. — М. : Изд-во МГИК, 1993. — 64 с.
38. Герчикова И.Н. Маркетинг: Организация. Технология / И. Н. Герчикова ; Шк. междунар. бизнеса МГИМО. — М. : Б. и., 1990. — 81 с.
39. Годин А.М. Маркетинг : Учебник для вузов по экон. специальностям / А. М. Годин. — М. : Дашков и К°, 2003. — 603 с.
40. Голембиовский С.А. Русский маркетинг / С. А. Голембиовский. — Москва : Ось-89, 2004. — 143 с.
41. Голубков, Е. П. Маркетинг. Выбор лучшего решения / Е. П. Голубков, Е. Н. Голубкова, В. Д. Секерин. — М. : Экономика, 1993. — 222 с.
42. Голубков Е.П. Маркетинг : Словарь / Е. П. Голубков. — М. : Экономика : Дело Лтд., 1994. — 160 с.
43. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры / Е. П. Голубков. — М. : Дело, 1995. — 192 с.
44. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. — М. : Финпресс, 1998. — 414 с.
45. Гордон Я. Х. Маркетинг партнерских отношений / Я. Х. Гордон ; Пер. с англ. Е. Нестеровой; Ред. пер. О. А. Третьяк. — СПб. : Питер, 2001. — 384 с.
46. Григорьев М.Н. Маркетинг : учеб. пособие : [для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 060800 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)"] / М. Н. Григорьев. — М. : Гардарики, 2006. — 366 с. — Допущено М-вом образования РФ.
47. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : [учеб. пособие для вузов по специальности 230500 "Социально-культурный сервис и туризм"] / Е. А. Джанджугазова. — М. : Academia, 2005. — 224 с. : ил. — Рек. Учеб.-метод. об-нием по образованию в области сервиса.
48. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий : [учеб. пособие для студентов вузов по направлению подготовки - Туризм] / Е. А. Джанджугазова. — М. : Академия, 2008. — 221, [2] с. : ил., табл. — Рек. Учеб.-метод. об-нием учеб. заведений РФ по образованию в области сервиса и туризма.
49. Джей Р. Малозатратный маркетинг / Р. Джей ; [пер. с англ. Т. Манвеловой]. — СПб. [и др.] : Питер, 2003. — 234 с.
50. Джулер А. Дж. Креативные стратегии в рекламе / А. Дж. Джулер, Б. Л. Дрюниани ; Пер. с англ. Т. Виноградовой, Л. Царук под общ. ред. Ю. Каптуревского. — СПб. : Питер, 2004. — 384 с.
51. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Д. Брэдли ; Пер. с англ. С. Жильцова под общ. ред. С. Г. Божук. — СПб. : Питер, 2001. — 255 с.
52. Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка / С. Дибб, Л. Симкин ; Пер. с англ. С. Жильцова под общ. ред. С. Г. Божук. — СПб. : Питер, 2002. — 239 с.
53. Дихтль Е. Практический маркетинг : [Учеб. пособие] / Дихтль Эрвин, Хершген Ханс ; Пер. с нем. А. М. Макарова; Под ред. И. С. Минко. — М. : Высшая школа, 1996. — 256 с. — Допущено Гос. ком. по высш. образованию.
54. Дойль П. Маркетинг менеджмент и стратегии : [учеб. пособие] / П. Дойль, Ф. Штерн ; [пер. с англ. А. Смольский]. — СПб. [и др.] : Питер, 2007. — 542 с.
55. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость : Маркетинговые стратегии для обеспечения роста компании и увеличения ее акционерной стоимости / П. Дойль ; Под ред. Ю. Н. Каптуревского; Пер. с англ. С. Жильцова. — СПб. : Питер, 2001. — 479 с.
56. Домнин, Владимир Николаевич. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. — СПб. : Питер, 2002. — 348 с. — Библиогр.: с. 313-320.
57. Домнин, Владимир Николаевич. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. — СПб. : Питер, 2004. — 381 с. : ил. — Библиогр.: с. 334-357.

58. Дорский А.Ю. Правовое обеспечение PR / А. Ю. Дорский. — СПб. [и др.] : Питер, 2005. — 208 с.
59. Дрейк С. Зажигай! Внутренний маркетинг для воодушевления сотрудников и привлечения клиентов / Сюзан Дрейк, Мишель Галмен, Сара Робертс ; пер. с англ. Д. А. Куликова. — М. ; СПб. : Вершина : [б. и.], 2006. — 319 с.
60. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы. Реклама, разрушающая общепринятое / Ж.-М. Дрю ; Пер. с англ. Д. Раевской под ред. Л. А. Волковой. — СПб. : Питер, 2003. — 271 с.
61. Дунаев О.Н. Маркетинг в деятельности фирмы : Учеб. пособие / О. Н. Дунаев, Б. М. Гулер, Е. Ю. Кузнецова ; М-во образования РФ, Ин-т переподготовки кадров Урал. гос. техн. ун-та. — Екатеринбург : Изд-во ИПК УГТУ, 2000. — 120 с.
62. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : [учеб. пособие для вузов по специальности "Экономика и управление социально-культурной сферой"] / А. П. Дурович. — Минск : Новое знание, 2004. — 496 с. — Допущено М-вом образования РФ.
63. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : Учеб. пособие для вузов / А. П. Дурович. — Минск : Новое знание, 2001. — 496 с..
64. Дурович, Александр Петрович. Маркетинг гостиниц и ресторанов : учебное пособие / А. П. Дурович. — М. : Новое знание, 2005. — 632 с. : ил. — Библиогр. в конце глав.
65. Дьякова Е.Г. Установление повестки дня: теория и технология / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг. — Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2005. — 128 с.
66. Дэвис С. М. Управление активами торговой марки / С. М. Дэвис ; Общ. ред., ред. пер. Ю. Н. Каптуревский; Пер. с англ. С. Жильцова. — СПб. : Питер, 2001. — 272 с. : ил.
67. Дэвис С. Бренд-билдинг. Создание бизнеса, раскручивающего бренд / С. Дэвис, М. Данн ; [пер. с англ. В. Кузина под ред. В. Н. Домнина]. — СПб. [и др.] : Питер, 2005. — 320 с.
68. Дэй Дж. Стратегический маркетинг / Джордж Дэй ; [пер. с англ. В. Егорова]. — М. : ЭКСМО, 2003. — 632 с.
69. Европейский гостиничный маркетинг = European Hotel Marketing : Учеб. пособие для студентов и выпускников школ гостиничного и ресторанного бизнеса в Европе / Пер. с англ. Е. Ю. Драгныш. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 224 с. — Парал. загл. англ.
70. Жих Е.М. Маркетинг: Как завоевать рынок? / Е. М. Жих, А. П. Панкрухин, В. А. Соловьев. — Л. : Лениздат, 1991. — 139 с. — Библиогр.,: с. 138.
71. Завгородная А.В. Маркетинг: Методы и процедуры : Учеб. пособие / Завгородная Анна Васильевна, Кадзевич Марина Станиславовна. — Л. : Изд-во Ленингр. фин.-эконом. ин-та, 1990. — 105 с.
72. Завьялов П.С. Формула успеха: Маркетинг (сто вопросов - сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке) / П. С. Завьялов, В. Е. Демидов. — М. : Международные отношения, 1988. — 304 с.
73. Завьялов П.С. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов - сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке) / П. С. Завьялов, В. Е. Демидов. — М. : Междунар. отношения, 1991. — 304 с.
74. Замедлина Е.А. Краткий курс по маркетингу : [учеб. пособие] / Е. А. Замедлина, Л. В. Максимчук. — М. : Окей-книга, 2010. — 175 с.
75. Зверев А.И.. Media relations в чрезвычайных ситуациях / А. И. Зверев. — Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2005. — 151 с.
76. Земцов А.В. Введение в маркетинг. Организация системы обеспечения качества продукции основного звена / А. А. Земцов ; Под ред. В. А. Гаги. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 1992. — 276 с.
77. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг : стратегический аспект : [учеб. пособие для вузов] / А. В. Зозулев. — [Харьков] : Студцентр, 2005. — 328 с. — Рек. М-вом образования и науки Украины.
78. Зотов В.В. Ассортиментная политика фирмы : учеб.-практическое пособие : [современные подходы и методы, живые примеры из практики рос. компаний] / Владимир Зотов. — М. : Эксмо, 2006. — 236 с.

79. Иванова К.А. Бесценные советы для настоящего PR-менеджера. Устная коммуникация / К. А. Иванова. — СПб. [и др.] : Питер, 2006. — 144 с.
80. Интернет-маркетинг на 100% / Н. Андросов, И. Ворошилова, В. Долгов [и др.] ; под ред. Сергея Сухова. — СПб. [и др.] : Питер, 2009. — 228 с.
81. Исаенко Е.В. Организация и планирование рекламной деятельности : [учеб. пособие для вузов по специальности 061500 "Маркетинг"] / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — М. : ЮНИТИ, 2004. — 253 с. — Рек. Учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник".
82. Исмаев Д.К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации: Теория и практика деятельности туристских фирм : Учеб. пособие для вузов / Д. К. Исмаев ; Моск. акад. турист. и гостинично-ресторанного бизнеса при Правительстве Москвы. — М. : Мастерство, 2002. — 189 с. — Допущено М-вом образования РФ для вузов по спец. "Менеджмент организации" и "Социально-культурный сервис и туризм".
83. Качалов И. Планирование продаж с точностью 90% и выше / И. Качалов. — СПб. [и др.] : Питер, 2008. — 303 с.
84. Клэнси К. Дж. Антиинтуитивный маркетинг = Counter-Intuitive Marketing / Кевин Дж. Клэнси, Питер Криг ; Эксперт. совет б-ки РАМ, Рос. ассоц. маркетинга ; [пер. с англ. С. Жильцов]. — СПб. [и др.] : Питер, 2006. — 430 с.
85. Когда маркетинг превращается в минное поле. Что делать? / [Джулия Кирби, Бранвин Фрайер, Пол Ф. Ньюнс и др. ; пер. с англ. С. А. Табалиной]. — М. : Smart Book : Омега-Л, 2008. — 160 с.
86. Количественные методы анализа в маркетинге / [Т. П. Данько, О. А. Косоруков, А. И. Самыловский, И. И. Скоробогатых] ; под ред. Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. — СПб. [и др.] : Питер, 2005. — 384 с.
87. Конев И. П. Маркетинг / И. П. Конев, А. А. Лаптев, Л. П. Силантьева ; Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования Петрозав. гос. ун-т ; под общ. ред. Л. П. Силантьевой. — Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2008. — 201 с.
88. Костерин А.Г. Практика сегментирования рынка / А. Г. Костерин. — СПб. [и др.] : Питер, 2002. — 284 с.
89. Котлер Ф. Латеральный маркетинг. Технология поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес ; пер. с англ. [Т. Виноградовой, Л. Царук]. — М. : Альпина Паблицерз, 2010. — 204 с.
90. Котлер Ф. Маркетинг XXI века / Филип Котлер ; [пер. с англ. под ред. Т. Р. Тэор]. — СПб. : Нева, 2005. — 426 с.
91. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии = Marketing : Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер ; Науч. ред., авт. вступ. ст. Б. А. Соловьев; Пер. с англ. В. А. Гольдича, И. А. Оганесовой. — М. : АСТ, 2000. — 272 с.
92. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — СПб. [и др.] : Питер, 2007. — 479 с.
93. Котлер Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : [Учебник для вузов] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз ; Пер. с англ. В. Н. Егорова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 1064 с. — Рек. М-вом образования РФ.
94. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль : [Пер. с англ.] / Ф. Котлер. — М. ; СПб. ; Харьков ; Минск : Питер Ком, 1999. — 887 с.
95. Котляревская И. В. Маркетинг: удовлетворение и развитие потребностей / И. В. Котляревская. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. тех. ун-та, 1997. — 153 с.
96. Кревенс Д. Стратегический маркетинг / Д. Кревенс ; [под ред. А. Г. Гришко ; пер. с англ. А. Р. Ганиевой, А. Г. Гришко, Э. В. Кондуковой, К. Д. Сафонова, Я. В. Тютюнникова]. — М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2003. — 743 с. .
97. Кретов И.И. Маркетинг на предприятии : Практ.пособие / И. И. Кретов. — М. : Финстатинформ, 1994. — 181 с.
98. Крылов И.В. Маркетинг: (Социология маркетинговых коммуникаций) : Учеб. пособие / И. В. Крылов. — М. : Центр, 1998. — 189 с.

99. Крылова Г.Д. Маркетинг. Теория и практика : [учебник для вузов по экон. специальностям] / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. — М. : ЮНИТИ, 2004. — 656 с. — Допущено М-вом образования РФ.
100. Кулибанова В.В. Прикладной маркетинг : [Теория маркетинга и практика бизнеса] / В. В. Кулибанова. — СПб. ; М. : Нева : ОЛМА-ПРЕСС, 2002. — 272 с.
101. Кумбер С. Брэндинг / С. Кумбер ; [пер. с англ. И. С. Половицы]. — М. ; СПб. ; Киев] : Вильямс, 2004. — 172 с.
102. Куршакова Н.Б. Банковский маркетинг / Н. В. Куршакова. — СПб. и др. : Питер , 2003. — 188 с.
103. Куш, Сергей Павлович. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках : [монография] / С. П. Куш ; С.-Петерб. гос. ун-т, Фак. менеджмента. — СПб. : Изд. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006. — 271 с. : ил., табл. — Библиогр.: с. 252-271.
104. Ламбен, Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг : [учебник для слушателей по программам "Мастер делового администрирования"] / Жан-Жак Ламбен ; [пер. с англ. С. Жильцова под общ. ред. В. Б. Колчанова]. — СПб. [и др.] : Питер, 2008. — 796 с. : ил., табл. — Рек. Экспертным советом М-ва образования РФ. — Библиогр.: с. 764-785.
105. Ламбен, Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : Пер. с фр. / Ж. Ламбен. — СПб. : Наука, 1996. — XVII, 590 с. — Библиогр.: с 580.
106. с.
107. Лейн, У. Рональд. Реклама / У. Р. Лейн, Дж. Т. Рассел ; [пер. с англ. Т. Карасевич, И. Мармулевой]. — СПб. [и др.] : Питер, 2004. — 537 с. — Библиогр. в подстроч. примеч.
108. Линдстром, Мартин. Чувство бренда. Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брендов / Мартин Линдстром ; предисл. Ф. Котлера ; [пер. с англ. Н. Г. Яцюк ; под ред. Ю. В. Наврузова]. — М. : Эксмо, 2008. — 271 с. : ил., табл. — Библиогр.: с. 256-258.
109. Линтон, Иэн. Маркетинг по базам данных / И. Линтон ; Пер. с англ. А. Г. Скоморохова. — Минск : Амалфея, 1998. — 262 с.
110. Майоров, Сергей Игоревич. Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг / С. И. Майоров. — М. : Финансы и статистика, 1993. — 128 с. : ил.
111. Мак-Дональд, Малколм. Стратегическое планирование маркетинга = Strategic marketing planning / М. Мак-Дональд ; Пер. М. Бугаева. — СПб. : Питер, 2000. — 267 с. — Загл. парал. англ. — Библиогр.: с. 267.
112. МакКоннел, Бен. Эпидемия контента. Маркетинг в социальных сетях и блогосфере / Бен МакКоннелл, Джеки Хуба ; пер. с англ. А. В. Болдышевой. — М. ; СПб. : Вершина, 2008. — 185 с. — Библиогр.: с. 183-185.
113. Манн, Игорь. Маркетинг на 100 %. Как стать хорошим менеджером по маркетингу/ Игорь Манн. — СПб. [и др.] : Питер, 2006. — 312, [1] с.
114. Манн, Игорь. Маркетинг на 100 %. Как стать хорошим менеджером по маркетингу / Игорь Манн. — СПб. [и др.] : Питер, 2005. — 238 с. : ил.
115. Маренков, Николай Леонидович. Банковский маркетинг : учебное пособие / Н. Л. Маренков, Н. Н. Косаренко ; [Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т]. — М. : Флинта : Московский психол.-соц. ин-т, 2006. — 266 с. : ил., табл. — Рек. Ред.-изд. Советом Рос. акад. образования. — Библиогр.: с. 266 (17 назв.).
116. Марк, Маргарет. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / М. Марк, К. Пирсон ; [пер. с англ. И. Малкова, Д. Раевская, А. Сухенко]. — СПб. : Питер, 2005. — 336 с.
117. Маркетинг "из уст в уста": вирусный, "сарафанный" и маркетинг разговоров / под ред. Джастина Керби и Пола Марседена ; пер. с англ. Е. В. Виноградовой ; науч. ред. А. Л. Разумовская ; [с предисл. Эммануэля Розена]. — М. ; СПб. : Вершина, 2007. — 447 с.

118. Маркетинг : [учеб. пособие для вузов по экон. специальностям и направлениям] / Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т) МИД РФ. — М. : Экономистъ, 2003. — 567 с. — Рек. М-вом образования РФ.
119. Маркетинг : [учеб. пособие для вузов по экон. специальностям и направлениям] : хрестоматия. Т. 4 / Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова, Центр инновац. науч.-пед. технологий ; проект "Интеллектуальный потенциал России". — [СПб.] : Питер, [2004]. — 1131 с. — Допущено М-вом образования РФ.
120. Маркетинг : [учеб. пособие по направлению "Менеджмент" / А. П. Мищенко, А. И. Банников, М. Х. Биктемирова [и др.] ; под общ. ред. А. П. Мищенко. — М. : Кнорус, 2008. — 282 с.
121. Маркетинг : [учебник для вузов по направлению подготовки "Коммерция" и специальностям "Коммерция (торговое дело)", "Маркетинг", "Реклама"] / Рос. гос. торгово-экон. ун-т ; под ред. Т. Н. Парамоновой. — М. : КНОРУС, 2007. — 358 с. — Рек. М-вом образования и науки РФ.
122. Маркетинг : [учебник для вузов] / под ред. Г. А. Васильева. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 208 с. — Рек. Учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник".
123. Маркетинг : [Энциклопедия] / Под ред. М. Бейкера ; Пер. с англ. Н. Качановой, Н. Мишаковой, А. Романченко, Т. Еремеевой. — СПб. : Питер, 2002. — 1198 с.
124. Маркетинг : большой толковый словарь / Гильдия маркетологов ; под ред. А. П. Панкрухина. — М. : Омега-Л, 2008. — 260 с.
125. Маркетинг : Пособие для практиков: Пер. с нем. / Сост. Г. Лайс. — М. : Машиностроение, 1992. — 88 с.
126. Маркетинг : Толков. терминолог. словарь-справ. — М. : Инфоконт, 1991. — 224 с.
127. Маркетинг : учеб. пособие для бакалавров : [по направлению "Экономика" / Карпова С. В., Авдиенко О. Б., Артемьева О. А. и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2011. — 473 с.
128. Маркетинг : Учебник / Под ред. Э. А. Уткина. — М. : Тандем : ЭКМОС, 1998. — 320 с.
129. Маркетинг : Учебник для вузов / Под ред. А. Н. Романова. — М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1996. — 560 с. — Рек. Гос. ком. по высш. образованию.
130. Маркетинг = Marketing : [Учебник для вузов по экон. специальностям] / Н. Д. Эриашвили, К. Ховард, Ю. А. Цыпкин и др. ; Под ред. Н. Д. Эриашвили. — М. : ЮНИТИ, 2003. — 632 с. — Рек. М-вом образования РФ; Рек. Учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник".
131. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учебник для вузов / В. А. Алексунин, Е. Н. Балько, А. М. Годин и др. ; Под ред. В. А. Алексунина. — М. : Маркетинг, 2001. — 516 с. — Рек. М-вом образования РФ для вузов по экон. спец.
132. Маркетинг в практике информационных служб организаций и предприятий : Метод. пособие / МДНТП им. Ф. Э. Дзержинского ; Науч. ред. Т. П. Власова. — М. : Знание, 1991. — 117 с.
133. Маркетинг в России: образование, исследования, консалтинг / [Гильдия Маркетологов ; под ред. И. С. Березина, Д. А. Шевченко]. — М. : б. и., 2004. — 208 с.
134. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы = Marketing places Europe / Филип Котлер, Кристер Асплунд, Ирвинг Рейн, Дональд Хайдер ; [пер. с англ. Марии Аккая при участии Виталия Мишучкова]. — СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2010. — 376 с.
135. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы = Marketing places Europe / Филип Котлер, Кристер Асплунд, Ирвинг Рейн, Дональд Хайдер ; [пер. с англ. Марии Аккая при участии Виталия Мишучкова]. — СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. — 376 с.

136. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах : учебник / Л. А. Данченко, Т. В. Дейнекин, В. В. Зотов и др. ; под ред. Л. А. Данченко. — М. : Маркет ДС Корпорейшн, 2004. — 755 с. — Рек. УМО по образованию в обл. статистики и антикризисного упр.
137. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе = Marketing. Marketing principles and technology : учебник для вузов / К. Ховард, Н. Д. Эриашвили, Б. А. Соловьев, Ю. А. Цыпкин ; под ред. Н. Д. Эриашвили. — М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1999. — 256 с. — Рек. М-вом общ. и проф. образования РФ.
138. Маслова, Татьяна Дмитриевна. Маркетинг : [учебник для вузов по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)"] / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. — СПб. [и др.] : Питер, 2009. — 380 с.
139. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера / Ян Мейтленд ; [пер. с англ. В. Елизаров]. — СПб. [и др.] : Питер, 2008. — 167 с.
140. Менеджмент, маркетинг, экономика образования : Учеб. пособие / Под ред. А. П. Мерчандайзинг : сб. ст. по теории и практике мерчандайзинга / под общ. ред. Е. В. Ромата. — Киев : Студцентр, 2008. — 263 с.
141. Миллер, Майкл. YouTube для бизнеса. Эффективный маркетинг с помощью видео / Майкл Миллер ; пер. с англ. Михаила Фербера. — М. : Изд-во "Манн, Иванов и Фербер", 2012. — 297 с.
142. Моисеева Н. К. Современное предприятие: Конкурентоспособность, маркетинг, обновление. Т. II / Н. К. Моисеева, Ю. П. Анискин. — М. : Внешторгиздат, 1993. — 304 с.
143. Моррис Р. Маркетинг: ситуации и примеры : Пер. с англ. / Р. Моррис ; Под ред. Н. Д. Эриашвили. — М. : Банки и биржи, 1994. — 207 с.
144. Музеи. Маркетинг. Менеджмент : Практ. пособие / Пер. О. Ревы, И. Петровой. — М. : Прогресс-Традиция, 2001. — 224 с.
145. Мхитарян С.В. Отраслевой маркетинг : учеб. пособие / С. В. Мхитарян. — М. : Эксмо, 2006. — 367 с.
146. Мюррей Я. Франчайзинг. [Типы франшизы. Где достать финансы. Как добиться успеха] / Ян Мюррей ; [пер. с англ. К. Любимова]. — СПб. [и др.] : Питер, 2004. — 140 с.
147. Нагапетьянц Н.А. Прикладной маркетинг : Учеб. пособие для вузов по экон. специальностям / Н. А. Нагапетьянц. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 288 с. — Рек. М-вом образования РФ.
148. Назимко А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / Алексей Назимко. — М. ; СПб. : Вершина, 2007. — 223 с.
149. Нежданов, Денис Викторович. Политический маркетинг: вчера, сегодня, завтра : Политический маркетинг в России: ретроспективная, актуальная и перспективная модели эффективной избирательной кампании. Психологический анализ российской власти и политическая практика / Д. В. Нежданов ; Отв. ред. Ю. Г. Ершов. — [СПб.] : Питер, [2004]. — 157 с.
150. Ноздрева Р.Б. Маркетинг : учеб. пособие : [для вузов по специальности 350700 "Реклама"] / Р. Б. Ноздрева, Г. Д. Крылова, М. И. Соколова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Университет) М-ва иностр. дел. — М. : Проспект, 2005. — 231 с. — Рек. УМО вузов РФ по образованию в обл. междунар. отношений.
151. Нэгл, Томас Т. Стратегия и тактика ценообразования : Руководство для принятия решений, приносящих прибыль: [Пер. с англ.] / Т. Т. Нэгл. — СПб. : Питер, 2004. — 572 с.
152. Ольшанский, Дмитрий Вадимович. Политический PR / Д. В. Ольшанский. — СПб. : Питер, 2003. — 541 с.
153. Ольшевский, А. С. Антикризисный PR и консалтинг / А. С. Ольшевский. — СПб. : Питер, 2003. — 426 с.



154. Основы предпринимательской деятельности: Маркетинг : [Учеб. пособие для сред. спец. учеб. заведений] / Под ред. В. М. Власовой. — М. : Финансы и статистика, 1999. — 240 с.
155. О'Шонесси, Джон. Конкурентный маркетинг. Стратегический подход / Дж. О'Шонесси ; [пер. с англ. С. Жильцов [и др.] ; под науч. ред. Д. О. Ямпольской]. — [СПб.] : Питер, [2001]. — 857 с.
156. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы : учебник для бизнес-школ : [для слушателей бизнес-школ и системы повышения квалификации по специальности "Маркетинг"]. — М. : Норма, 2008. — 369 с.
157. Панкрухин, Александр Павлович. Маркетинг : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / А. П. Панкрухин ; Гильдия маркетологов. — М. : Омега-Л, 2009. — 654 с.
158. Парамонова Т.Н. Маркетинг : [учеб. пособие для образоват. учреждений сред. проф. образования по группе специальностей "Экономика и управление"] / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк ; под ред. Т. Н. Парамоновой. — М. : КНОРУС, 2008. — 188 с.
159. Пашенцев Е. Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е. Н. Пашенцев. — М. : Финпресс, 2002. — 368 с.
160. Пунин, Евгений Иванович. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях в условиях рыночной экономики / Е. И. Пунин ; Под ред. Э. Е. Обминского. — М. : Междунар. отношения, 1993. — 112 с.
161. Роджерс Ф. Дж. ИБМ. Взгляд изнутри: Человек - фирма - маркетинг : Пер. с англ. / Ф. Дж. Роджерс ; При участии Р. Л. Шука; Вступ. ст. В. С. Загашвили. — М. : Прогресс, 1990. — 280 с.
162. Розен, Эмануил. Анатомия слухов: маркетинговые приемы : [пер. с англ.] / Э. Розен. — СПб. [и др.] : Питер, 2006. — 233 с..
163. Розова Н.К. Маркетинг : [учебник для вузов] / Н. К. Розова. — СПб. [и др.] : Питер, 2008. — 206 с.
164. Росситер Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Д. Р. Росситер, Л. Перси ; Под общ. ред. Л. А. Волковой; Пер. с англ. М. Бугаева, С. Жильцова, Т. Карасевич, В. Кузина, Дж. Раевской, И. Ровках. — СПб. : Питер, 2002. — 651 с.
165. Русакова, Ольга Фредовна. Политический маркетинг : крат. учеб. словарь / О. Ф. Русакова, А. Е. Спасский. — Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2005. — 143 с. : ил.
166. Савельева, Ника Ю. Менеджмент и маркетинг в индустрии моды / Н. Ю. Савельева. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. — 288 с.
167. Севрук В.Т. Банковский маркетинг / В. Т. Севрук. — М. : Акад. нар. хоз-ва : ДелоЛТД, 1994. — 128 с.
168. Семенов Н.А. Маркетинг : учеб. пособие для студентов экон. специальностей / Н. А. Семенов ; Федер. агентство по образованию, Твер. гос. ун-т. — Тверь : [Твер. гос. ун-т], 2006. — 99 с.
169. Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты : История американской рекламы / Дж. Сивулка ; Пер. Д. Раевской; Пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой. — СПб. : Питер, 2002. — 574 с.
170. Синяева И.М. Маркетинг. Теория и практика : учебник : [для вузов по экон. специальностям] / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова ; Всерос. заоч. финансово-экономический ин-т. — М. : Юрайт, 2011. — 652 с.— Допущено М-вом образования и науки РФ.
171. Сиссорс Дж. З. Рекламное медиа-планирование / Дж. З. Сиссорс, Р. Б. Бэрон ; [пер. с англ. А. Сергеев]. — СПб. [и др.] : Питер, 2004. — 412 с.
172. Современный маркетинг / Под ред. В. Е. Хруцкого. — М. : Финансы и статистика, 1991. — 256 с.
173. Сребник Б.В. Маркетинг : [учеб. пособие для вузов по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Мировая экономика", "Налоги и налогообложение"] / Б. В. Сребник. — М. : Высшая школа, 2005. — 360 с. —

- Рек. Учеб.-метод. об-нием по образованию в области финансов, учета и мировой экономики.
174. Старцев Ю.Н. Территориальный маркетинг : учеб. пособие / Ю. Н. Старцев ; Челябинский гос. ун-т. — Челябинск : Изд-во Татьяны Лурье, 2004. — 84 с. — Рек. Советом УМО вузов России по образованию.
  175. Стоун Б. Директ-маркетинг: эффективные приемы / Б. Стоун, Р. Джейкобс ; [пер. с англ. В. Г. Быстрова, Н. В. Кияченко, О. Н. Крапчетова]. — М. : Изд. Дом Гребенникова, 2005. — 616 с.
  176. Темпорал П. Роман с покупателем: Управление взаимоотношениями с покупателями как способ максимального увеличения стоимости торговой марки / П. Темпорал, М. Тротт ; Пер. с англ. С. Жильцова под общ. ред. Ю. Каптуревского. — СПб. : Питер, 2002. — 215 с.
  177. Терещенко, Владимир Михайлович. Маркетинг: новые технологии в России / В. М. Терещенко. — СПб. : Питер, 2001. — 415 с.
  178. Терещенко, Владимир Михайлович. Маркетинг: новые технологии в России / В. М. Терещенко. — СПб. [и др.] : Питер, 2004. — 416 с.
  179. Топчишвили Г.М. Маркетинг нового тысячелетия: моделирование пути к успеху / Г. М. Топчишвили, К. В. Мальков, Д. В. Туницкий. — М. : Поколение, 2008. — 255 с.
  180. Третьяк О.А. Маркетинг: взаимосвязи производства, торговли и потребления / О. А. Третьяк. — СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 1992. — 160 с. : табл. 13; Рис. 29.
  181. Уилсон, Обри. Аудит маркетинга : практ. инструментарий для контроля эффективности маркетинга : [пер. с англ.] / О. Уилсон. — [Днепропетровск] : Баланс-Клуб, [2003]. — 356 с.
  182. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, С. Мориарти, Дж. Бернетт ; [пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой]. — СПб. [и др.] : Питер, 2008. — 733 с.
  183. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : [учебник для вузов экон. специальностям и направлениям] / Р. А. Фатхутдинов. — СПб. [и др.] : Питер, 2008. — 368 с. — Допущено М-вом образования и науки РФ.
  184. Фегеле З. Директ-маркетинг. 99 практических советов, как найти потребителя / Зигфрид Фегеле ; пер. с англ. [Н. А. Врублевской]. — М. : Интерэксперт, 2001. — 254 с.
  185. Феоктистова Е. М. Маркетинг: теория и практика / Феоктистова Елена Михайловна, Красюк Ирина Николаевна. — М. : Высшая школа, 1993. — 80 с.
  186. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России : [Учеб. пособие для подгот. профессионалов в сфере рекламы] / О. А. Феофанов. — СПб. : Питер, 2004. — 377 с. — Рек. Междунар. реклам. ассоц.
  187. Финансовый маркетинг: теория и практика : учебник для магистров, [обучающихся по экон. направлениям и специальностям] / [О. А. Артемьева, С. В. Карпова, Б. С. Касаев и др.] ; под ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при правительстве Рос. Федерации. — М. : Юрайт, 2013. — 424 с.— Допущено М-вом образования и науки РФ.
  188. Фоксол Г. Психология потребителя в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун ; Пер. с англ. Д. Раевской; Ред. пер. И. В. Андреева. — СПб. : Питер, 2001. — 352 с.
  189. Хилл С. Радикальный маркетинг. От Гарварда до Харлея - уроки десяти компаний, которые нарушали правила и создавали сенсации : пер. с англ. / С. Хилл, Г. Рифкин. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. — 414 с.
  190. Холланд Г. Директ-маркетинг : пер. с нем. / Генрих Холланд. — М. ; СПб. : Вершина, 2006. — 368 с. : ил., табл. — Библиогр.: с. 352-362 (231 назв.).
  191. Хруцкий В. Е. Современный маркетинг : Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие для вузов / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 560 с.
  192. Черчилл, Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль ; [под общ. ред. И. В. Крылова ; пер. с англ. Н. Амид, С. Бородиной, Н. Габенова, С. Жильцова, Т. Карасевич, А. Токарева, А. Чех]. — СПб. [и др.] : Питер, 2003. — 748 с.

193. Чистилин Ю. В. Маркетинг : Учеб. пособие / Ю. В. Чистилин. — М. ; Воронеж : Моск. психол.-соц. ин-т : МОДЭК, 2001. — 160 с. — Рек. Ред. -изд. Советом Рос. Акад. образования в качестве учеб. -метод. пособия.
194. Шведова, Ирина Александровна. Книга директора по маркетингу производственного предприятия / Ирина Шведова, Татьяна Кузнецова. — СПб. [и др.] : Питер, 2009. — 430 с. : ил., табл. + 1 электрон. опт. диск (CD).
195. Школа маркетинга Келлога / Фак. маркетинга школы Келлога, Северо-Западного ун-та ; предисл. Ф. Кетлера ; под ред. Д. Якобуччи ; [пер. с англ. под ред. М. Медникова]. — СПб. : Питер, 2004. — 398 с.
196. Шульц, Дон Е. Маркетинг. Интегрированный подход : [пер. с англ.] / Д. Е. Шульц, Ф. Дж. Китчен. — М. : ИНФРА-М, 2004. — 373 с.
197. Щегорцов, Валерий Александрович. Маркетинг : учебник для вузов / В. А. Щегорцов, В. А. Таран ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова (МГУ), Ин-т переподготовки и повыш. квалификации преподавателей гуманитар. и соц. наук ; под ред. В. А. Щегорцова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 448 с. — Рек. Учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник".
198. Эванс Дж. Маркетинг : Сокращ. пер. с англ. / Д. Р. Эванс, Б. Берман. — М. : Экономика, 1993. — 335 с.
199. Яненко, Марина Борисовна. Торговые марки в товарной политике фирмы / М. Б. Яненко. — СПб. [и др.] : Питер, 2005. — 240 с.

*9.2.Методические разработки  
Не используются*

### **9.3.Программное обеспечение**

Vortex  
SPSS

### **9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Сайт Госкомстата РФ – <http://www.gks.ru>
2. Сайт Фонда Общественное мнение – <http://www.fom.ru>
3. Сайт Левада - центра – <http://www.levada.ru>
4. Сайт ВЦИОМ – <http://wciom.ru/>
5. Национальная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru/>
6. Сайт медиахолдинга Росбизнесконсалт <http://marketing.rbc.ru>
7. Сайт исследовательского холдинга РОМИР <http://romir.ru/studies>

### **9.5.Электронные образовательные ресурсы**

Отсутствуют

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием**

Компьютерный класс департамента политологии и социологии

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**  
к рабочей программе дисциплины

**6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**6.1. Весовой коэффициент значимости дисциплины – 2 в том числе, коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены – не предусмотрено**

**6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине**

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,6</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>Контрольная работа</i>	V, 4	100
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,3</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачёт</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,7</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,4</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>Посещаемость практических занятий</i>	V, 1-17.	80
<i>Проектная работа</i>	V, 15	10
<i>Расчётная работа</i>	V, 4	10
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		

**6.3. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта – не предусмотрено**

**6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины**

<b>Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина</b>	<b>Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре</b>
V	1

## **7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ**

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте ФЭПО <http://fero.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте Интернет-тренажеры <http://training.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на портале СМУДС УрФУ.

В связи с отсутствием Дисциплины и ее аналогов, по которым возможно тестирование, на сайтах ФЭПО, Интернет-тренажеры и портале СМУДС УрФУ, тестирование в рамках НТК не проводится.

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ БРС**

В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре критерии оценивания достижений студентов по каждому контрольно-оценочному мероприятию. Система критериев оценивания, как и при проведении промежуточной аттестации по модулю, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

<b>Компоненты компетенций</b>	<b>Признаки уровня освоения компонентов компетенций</b>		
	<b>пороговый</b>	<b>повышенный</b>	<b>высокий</b>
<b>Знания</b>	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
<b>Умения</b>	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
<b>Личностные качества</b>	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

## **8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ**

НТК не проводится

### **8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

#### **8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий**

Не предусмотрено

#### **8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий**

Не предусмотрено

#### **8.3.3. Примерные контрольные кейсы**

Не предусмотрено

#### **8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета**

1. Разработка ценовой стратегии.
2. Жизненный цикл товара.
3. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований.
4. Маркетинговые коммуникации.
5. Комплексная программа коммуникаций фирмы.
6. Конкурентоспособность предприятия.
7. Концепции управления маркетингом,
8. Маркетинговая среда.
9. Методы ценообразования.
10. Модель покупательского поведения
11. Организация службы маркетинга.
12. Особенности развития маркетинга в России.
13. Планирование маркетинга.
14. Позиционирование товара на целевом сегменте рынка.
15. Принципы проведения маркетингового исследования.
16. Процесс управления маркетингом..
17. Разработка новых товаров.
18. Ценовая политика.
19. Реклама..
20. Сегментирование рынка
21. . Сегментирование рынка. Охват рынка.
22. Управление маркетингом.
23. Управление предприятием и задачи службы маркетинга.
24. Методы стимулирования сбыта.
25. . Функции маркетинга.

#### **8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена**

#### **8.3.6. Ресурсы АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ для проведения тестового контроля в рамках текущей и промежуточной аттестации**

Не предусмотрено

#### **8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля**

Не предусмотрено

#### **8.3.8. Интернет-тренажеры**

Не предусмотрено

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России  
Б.Н.Ельцина»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
МЕТОДЫ ПСИХОДИАГНОСТИКИ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	Учетные данные
Модуль <b>Основы производственно-прикладной деятельности в социологии</b>	Код модуля <b>1138734</b>
Образовательная программа <b>Социология</b>	Код ОП <b>39.03.01/01.02</b>
<b>Направление подготовки</b> Социология	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 39.03.01
<b>Уровень подготовки</b> Бакалавриат	
<b>ФГОС ВО</b>	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: № 1328 от 12.11.15

Екатеринбург, 2016



Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>ФИО</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Кафедра</b>	<b>Подпись</b>
1	Смирнова Ольга Геннадьевна	к.социол.н, доцент	Доцент по кафедре социологии	Прикладной социологии	

**Руководитель модуля**

Е.Л. Могильчак

**Рекомендовано учебно-методическим советом института социальных и политических наук**

**Председатель учебно-методического совета**

Института социальных и политических наук

16 мая 2016 г., протокол № 33.00-08/45

Е. С. Черепанова

**Согласовано:**

Дирекция образовательных программ

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ МЕТОДЫ ПСИХОДИАГНОСТИКИ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

## 1.1. Аннотация содержания дисциплины

Дисциплина «Методы психодиагностики в социологических исследованиях» относится к Научно-исследовательскому модулю. Ее изучение позволяет сформировать умения и навыки работы с основными психодиагностическими тестами, самостоятельно разрабатывать и применять психодиагностические тесты в социологических исследованиях, адаптировать, оценивать валидность, корректно интерпретировать результаты тестов и проводить психокоррекцию или психологическое консультирование. Учитывая тот факт, что многие социологические шкалы измерения по своей природе близки к психодиагностическим тестам, данная дисциплина формирует навыки корректной работы, оценки надежности, валидности и корректной интерпретации любых диагностических инструментов в социологии.

Для успешного освоения данной дисциплины требуется освоение студентами таких дисциплин, как «Прикладная статистика», «Методы социологического исследования»,

Вклад данной дисциплины в освоение компетенций ПК-10, ПК-11, ПК-16 состоит в формировании научно-исследовательского мышления, навыков проведения прикладного исследования: самостоятельной разработки инструмента исследования, тщательной проверке его работоспособности, сборе информации, ее анализу, интерпретации результатов, подготовке экспертных заключений и рекомендаций.

## 1.2. Язык реализации программы - русский

## 1.3. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результатом освоения дисциплины является формирование у студента следующих компетенций:

**ПК-10** - умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций;

**ПК-11** - способностью использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп

**ПК-16** - способность к практическому использованию основ социальных наук для разработки предложений по повышению эффективности труда

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- Общеметодологические принципы психодиагностики и частные психодиагностические методы и процедуры.
- Этапы разработки и интерпретации результатов психодиагностических тестов
- Основы психопрофилактики, психокоррекции и психологического консультирования

Уметь:

- Корректно работать с основными психодиагностическими методиками.
- Самостоятельно разрабатывать, проводить и интерпретировать психодиагностические тесты

Демонстрировать навыки и опыт деятельности:

- Развить у учащихся навыки профессионального психодиагностического общения в системе человек – человек.

**1.4. Объем дисциплины**  
Очная форма обучения

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	4	5	
1.	<b>Аудиторные занятия</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	
2.	Лекции	34	34	16	18	
3.	Практические занятия	34	34	18	16	
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	<b>Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации</b>	162	<b>10,20</b>	<b>70</b>	<b>92</b>	
6.	<b>Промежуточная аттестация</b>	22	<b>2,58</b>	<b>3(4)</b>	<b>Э(18)</b>	
7.	<b>Общий объем по учебному плану, час.</b>	252	80,78	108	144	
8.	<b>Общий объем по учебному плану, з.е.</b>	7		3.	4	

Заочная форма обучения

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	6	7	8
1.	<b>Аудиторные занятия</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
2.	Лекции	18	18	2	8	8
3.	Практические занятия	16	16		8	8
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	<b>Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации</b>	196	<b>5,10</b>		<b>86</b>	<b>110</b>
6.	<b>Промежуточная аттестация</b>	22	<b>2,58</b>		<b>3(4)</b>	<b>Э(18)</b>
7.	<b>Общий объем по учебному плану, час.</b>	252	41,68		108	144
8.	<b>Общий объем по учебному плану, з.е.</b>	7			3	4

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины	Содержание
1	Раздел 1. Основы психодиагностики	
1.1	Тема 1. Установочное занятие.	Место курса в системе социологических дисциплин. Основные цели и задачи курса. Его структура. Формы отчетности и контроля. Литература для самостоятельной подготовки.
1.2	Тема 2. Психодиагностика как наука и как практическая деятельность.	Специфика предмета психодиагностики. Структура предмета. Место психодиагностики в системе научного знания. Теоретические и практические аспекты психодиагностики. Прикладные функции психодиагностики: консультационная, психотерапевтическая, клиническая. Структура психодиагностики как науки: теоретическая и практическая психодиагностика, экспериментальная, дифференциальная, прикладная психология, тестология и др. Дифференциальная психометрика: понятие, место в системе психометрических дисциплин. Дифференциальная психометрика как технологический раздел психодиагностики. Этические аспекты психодиагностики.
1.3.	Тема 3. История психодиагностики.	Термины «тест», «тестология», «психодиагностика». История психодиагностики в понимании зарубежных и отечественных исследователей. Основные этапы в истории психодиагностики, их вклад в современную науку и практику психодиагностики. Г. Фехнер и В.Вундт как основатели психофизического метода. Ф.Гальтон как родоначальник дифференциального метода. Первые прикладные психодиагностические методы Эскироля и Сегена. Современный этап российской психодиагностики. Проблема дезалиенизации.
1.4	Тема 4. Основные классы психодиагностических методов.	Проблема классификации методов и методик в психодиагностике. Основные подходы к классификации в современной литературе. Проблема интерференции (прогрессивная, регрессивная интерференция). Основания для классификации тестов: вербальные тесты, невербальные, объективные тесты, проективные тесты, интерактивные тесты, аппаратурные тесты и др.
1.5	Тема 5. Решение проблемы личности как методологическая база психодиагностики. Психофизиологические типологии личности.	Решение проблемы личности в психологии как методологическая основа психодиагностики. Основные подходы к изучению личности. Агностические, дуалистические, эндогенетические концепции изучения внутреннего мира человека. Взаимосвязь предметной деятельности и сознания личности. Деятельностная концепция личности. Операциональный, средовой, структурный подходы к созданию психодиагностических методик. Проблемы типологии личности. Психофизиологические теории личности Шелдона, Кречмера, Павлова и др. Взаимосвязь теории личности и психодиагностического метода. Психоанализ (З.Фрейд, К.Юнг и др.), когнитивизм (В. Франкл, К.Левин и др.), гуманизм (К Роджерс, А.Маслоу и др.) как основные методологические направления современной психодиагностики.

1.6	Тема 6. Проблема пограничного состояния психики. Теория акцентуации Карла Леонгарда.	<p>Психопатология: понятие, факторы формирования. Пограничное состояние психики. Понятие акцентуации.</p> <p>Признаки отличия акцентуации от патологии: временной, ситуационный, адаптационный. Акцентуации характера. Демонстративная личность: психологический механизм формирования акцентуации, поведенческие признаки акцентуации, социально позитивные и социально негативные последствия акцентуации, форма психопатологии. Педантическая личность: психологический механизм формирования акцентуации, поведенческие признаки акцентуации, социально позитивные и социально негативные последствия акцентуации, форма психопатологии. Застревающая личность: психологический механизм формирования акцентуации, поведенческие признаки акцентуации, социально позитивные и социально негативные последствия акцентуации, форма психопатологии. Возбудимая личность: психологический механизм формирования акцентуации, поведенческие признаки акцентуации, социально позитивные и социально негативные последствия акцентуации, форма психопатологии. Акцентуации темперамента: гипертимическая, дистимическая, аффективно-лабильная, аффективно-экзальтированная, эмотивная, тревожная личности. Психологические механизмы формирования, поведенческие признаки, социально позитивные и социально негативные последствия акцентуаций темперамента, формы психопатологии. Экстравертированная и интровертированная личности в понимании К. Леонгарда. Тест К. Леонгарда.</p>
2.	Раздел 2 Методики конструирования психодиагностических тестов	
2.1	Тема 7. Принципы построения тестов.	<p>Дифференциальная психометрика как раздел психодиагностики. Проблема тестового измерения. Тест как измерительная шкала. Критерии качества тестовых методик. Ситуации использования тестов: простое применение, ситуация адаптации, ситуация конструирования теста. Конструирование теста как процесс методического исследования. Требования к тестовым высказываниям. Оценка качества тестовых заданий: объективность, надежность, валидность, трудность, дискриминативность тестовой задачи. Этап стандартизации теста. Требования к выборке стандартизации. Цель стандартизации.</p>
2.2	Тема 8. Виды тестовых норм.	<p>Стандартизация и нормализация теста. Сущность процесса тестовой нормализации. Этапы обработки теста. Кривая нормального распределения, ее основные характеристики. Отклонения от кривой нормального распределения (бимодальность, асимметрия, эксцесс) как показатели качества теста. Меры разброса данных: размах распределения, дисперсия, стандартное отклонение и др.</p> <p>Возрастные нормы: основные разновидности, преимущества и недостатки использования.</p> <p>Внутригрупповые нормы: основные разновидности, границы применения. Стандартные и нормализованные показатели. Проблемы межтестового сравнения. Согласование норм. Спецификация норм. Метод</p>

		фиксированной референтной группы.
2.3	Тема 9. Проблема надежности теста.	Надежность как критерий качества теста. Сущность определения надежности. Соотношение истинной дисперсии и дисперсии ошибки. Коэффициент корреляции как мера надежности. Основные методы определения надежности: ретестовая, метод параллельных форм, метод расщепления, метод Кьюдера-Ричардсона, метод субъективных оценок. Границы применения различных методов определения надежности теста. Стандартная ошибка измерения: правила расчета и интерпретации.
2.4	Тема 10. Проблема валидности теста.	Валидность как критерий качества теста. Цель процедуры определения валидности. Основные методы исследования валидности. Содержательная валидность. Спецификация теста. Границы применения валидности теста по содержанию. Очевидная валидность. Эмпирическая валидность. Виды критерия. Текущая и прогностическая валидность. Контаминация критерия. Конструктивная валидность. Методы определения предполагаемой валидности. Конвергентная и дискриминантная валидности. Факторы, влияющие на коэффициент валидности. Модераторы. Величина ошибки оценки. Принципы формирования тестовой батареи. Основные способы и принципы объединения данных тестовой батареи: уравнение множественной регрессии, метод нормативных результатов, нестатистические методы. Валидность и теория решений. Сущность последовательной теории принятия решений. Изменение наклона линии уравнения регрессии как показатель ошибок в измерении валидности.
3	Раздел 3. Основы психологического консультирования. Психологические тренинги	
3.1	Тема 11. Основные принципы психопрофилактики, психокоррекции и психологического консультирования.	Психодиагностика, психокоррекция, психологическое консультирование, психотерапия как различные виды профессиональной деятельности. Бытовая и профессиональная психологическая практика: общее и особенное. Проблема формулирования цели взаимодействия психолога и клиента. Основные виды целей: социальные, этические, нравственные, собственно психологические. Виды профессиональной позиции психолога-консультанта. Псевдопозиция. Типы возможных ошибок в поведении психолога. Этапы беседы с клиентом. Медицинская, психоаналитическая, бихевиориальная модели контакта с клиентом. Модель К. Рождеса. Составление протокола содержания проблемы. Основные модальности психической реальности клиента. Сущность и критерии эффективности психологического консультирования.
3.2	Тема 12. Психодиагностика и психокоррекция в рамках психологического тренинга.	Цели и задачи психологического тренинга. Основные функции психологического тренинга. Принципы формирования тренинговых групп. Нормы общения в группе тренинга. Групповой процесс. Основные этапы развития группы психологического тренинга. Функции ведущего. Основные черты и модели поведения ведущего. Группа как фон, цель и инструмент психологического воздействия. Виды и формы тренинга. Общие принципы и

		методы социально-психологического тренинга. Техники: установления контакта, выравнивания напряжения, ведения беседы, активное слушание, аргументация собственной позиции и др.
4	Раздел 4. Цветовой тест М. Люшера	
4.1	Тема 13. Перцептивная природа цвета как основа психодиагностики.	<p>Двойственность изучения цвета: как компонента природного окружения и как компонента человеческой культуры; объективность светового потока и субъективность цветового восприятия; единое влияние цвета на человека и индивидуально-активное личностное отношение к цвету. Теории классификации цветов: теория Юнга – Гельмгольца, Теория Ньютона, теория Геринга и др. Функции цвета: коммуникативная, эстетическая, культурологическая и др. Цветовые тесты: полихроматические таблицы Е. Рабкина, тест изучения цветовой перцепции Фарнворта – Манселла, цветовой тест М. Левандовского и др. Цветовой тест Макса Люшера: история создания, полная и сокращенная формы, преимущества и ограничения в применении.</p>
4.2	Тема 14. Процедура тестирования и принципы группировки цветового ряда.	<p>Правила нумерации и описание цветов 8-цветового теста М. Люшера. Основные цвета, смешанные цвета, ахроматические цвета. Требования к процедуре проведения теста. Структурное и функциональное значение цветов. Устойчивые цветовые пары как основа обработки теста. Цветовые функции, правила и алгоритм их определения. Основные и дополнительные функции цвета. Выявление тревожности и стресса по тесту М. Люшера. Фиксирование уровня и тенденций тревожности. Актуальные проблемы личности, правила ранжирования актуальных проблем. Построение интерпретационной основы.</p>
4.3	Тема 15. Интерпретация цветового выбора.	<p>Структурное значение основных цветов (синий, красный, желтый, зеленый). Потребности, символизированные основными цветами, основные характеристики поведенческих реакций при предпочтении основных цветов, нормальные позиции основных цветов в цветовом ряду. Тревожность, обусловленная смещением основных цветов с нормальных позиций. Компенсаторные функции основных цветов. Структурное значение смешанных цветов (фиолетовый, коричневый). Потребности, символизированные смешанными цветами, основные характеристики поведенческих реакций при предпочтении смешанных цветов, нормальные позиции смешанных цветов в цветовом ряду. Сложности и ошибки интерпретации положения фиолетового цвета в цветовом выборе. Тревожность, обусловленная смещением коричневого цвета с нормальных позиций. Компенсаторные функции фиолетового и коричневого цветов. Структурное значение ахроматических цветов (черный, серый). Потребности, символизированные черным и серым цветами, основные характеристики поведенческих реакций при предпочтении ахроматических цветов, нормальные позиции этих цветов в цветовом ряду. Тревожность, обусловленная смещением ахроматических цветов с нормальных позиций. Разделяющая функция черного и серого цветов. Проблема</p>

		компенсации ахроматическими цветами. Интерпретация положения рабочей группы по тесту М. Люшера. Интерпретация уровня и тенденций тревожности. Актуальные проблемы личности и их компенсация. Определение и интерпретация неустойчивости АНС по тесту М. Люшера. Таблицы функционального значения цветов: построение, правила пользования.
5	Раздел 5. Тест С. Розенцвейга	
5.1	Тема 16. Принципы изучения и формы фрустрационных реакций по теории С. Розенцвейга.	Понятия фрустрации и фрустрационной толерантности. Функции фрустрации, структура фрустрации, фрустрация и стресс. Направления фрустрационных реакций по теории С. Розенцвейга: экстрапунитивные, интрапунитивные, импунитивные. Типы фрустрационных реакций по теории С. Розенцвейга: препятственно-доминантный, эгозащитный, упорствующий. История создания теста С. Розенцвейга. Место теста в классификации методик. Преимущества и ограничения применения теста. Требования к процедуре проведения теста.
5.2	Тема 17. Обработка и интерпретация теста С. Розенцвейга.	Этапы обработки теста С. Розенцвейга. Определение типов и направлений реакций испытуемого. Обозначения фрустрационных реакций: с учетом типа реакции, с учетом направления реакции, с учетом типа фрустрационной ситуации. Стандартизация теста, правила работы с «ключом». Определение и интерпретация показателя степени социальной адаптации. Построение профиля личности по результатам теста С. Розенцвейга. Основные и дополнительные образцы поведения: построение, интерпретация. Анализ тенденций в ответах испытуемого.

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

#### 3.1. Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины



Очная форма обучения

Объем модуля (зач.ед.):14  
 Объем дисциплины (зач.ед.)7:

Раздел дисциплины		Аудиторные занятия (час.)					Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий														Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)	Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)	Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)										
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)																				
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конференция, коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*							
																											Зачет		Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю		
P1	Раздел 1. Основы психодиагностики	27	6	4	2		21	7	3	4																							
P2	Раздел 2 Методики конструирования психодиагностических тестов	48	14	6	8		34	20	4	16																							
P3	Раздел 3. Основы психологического консультирования. Психологические тренинги	48	14	6	8		34	20	4	16																							
P4	Раздел 4. Цветовой тест М.Люшера	55	18	10	8		37	23	7	16																							
P5	Раздел 5. Тест С. Розенцвейга	52	16	8	8		36	22	6	16																							
	<b>Всего (час), без учета промежуточной аттестации:</b>	<b>230</b>	<b>68</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>162</b>	<b>92</b>	<b>24</b>	<b>68</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Всего по дисциплине (час.):</b>	<b>252</b>	<b>68</b>				<b>184</b>																										
																В т.ч. промежуточная аттестация			<b>4</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>											

Заочная форма обучения

Объем модуля (заоч.ед.):14  
 Объем дисциплины (заоч.ед.):7

Раздел дисциплины		Аудиторные занятия (час.)		Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																															
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)	Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)	Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)										
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	И/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод иннов. литературы*	Курсовая работа*				Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*						
P1	Раздел 1. Основы психодиагностики	20	4	2	2		16	16	4	12																	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю					
P2	Раздел 2 Методики конструирования психодиагностических тестов	46	6	4	2		40	20	8	12																									
P3	Раздел 3. Основы психологического консультирования. Психологические тренинги	52	8	4	4		44	32	8	24																									
P4	Раздел 4. Цветовой тест М.Люшера	60	8	4	4		52	32	8	24																									
P5	Раздел 5. Тест С. Розенцвейга	52	8	4	4		44	32	8	24																									
<b>Всего (час), без учета промежуточной аттестации:</b>		<b>230</b>	<b>34</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>196</b>	<b>132</b>	<b>36</b>	<b>96</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>48</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>16</b>								
<b>Всего по дисциплине (час.):</b>		<b>252</b>	<b>34</b>				<b>218</b>	В т.ч. промежуточная аттестация																							<b>4</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

#### 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

##### 4.1. Лабораторные работы

*не предусмотрено*

##### 4.2. Практические занятия

Очная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
1.6	1	Тема 6 Проблема пограничного состояния психики. Теория акцентуации Карла Леонгарда	2
2.1	2,3	Тема 7 Принципы построения тестов	4
2.2	4	Тема 8 Виды тестовых норм	2
2.3.	5	Тема 9. Проблема надежности теста	2
3.1	6,7,8,9	Тема 12. Психодиагностика и психокоррекция в рамках психологического тренинга	8
4.2	10,11	Тема 14. Процедура тестирования и принципы группировки цветового ряда	4
4.3	12,13	Тема 14. Интерпретация цветового выбора	4
5.1.	14,15	Тема 16. Принципы изучения и формы фрустрационных реакций по теории С. Розенцвейга.	4
5.2	16,17	Тема 17. Обработка и интерпретация теста С. Розенцвейга	4
<b>Всего</b>			<b>34</b>

Заочная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
1.6	1	Тема 6 Проблема пограничного состояния психики. Теория акцентуации Карла Леонгарда	2
2.1	2	Тема 7 Принципы построения тестов	2
3.1	3,4	Тема 12. Психодиагностика и психокоррекция в рамках психологического тренинга	4
4.2	5	Тема 14. Процедура тестирования и принципы группировки цветового ряда	2
4.3	6	Тема 14. Интерпретация цветового выбора	2
5.1.	7	Тема 16. Принципы изучения и формы фрустрационных реакций по теории С. Розенцвейга.	2
5.2	8	Тема 17. Обработка и интерпретация теста С. Розенцвейга	2
<b>Всего</b>			<b>16</b>

##### 4.3. Примерная тематика самостоятельной работы

###### 4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

Раздел I

1. Наблюдение как метод сбора психодиагностической информации.
2. Интроспекция как вид психологического наблюдения.
3. Влияние наблюдателя и наблюдаемого на информацию, получаемую методом наблюдения.

4. Личность как индивидуальность. Психологическая структура личности. Биологическое и социальное в личности.
5. Проблема наследования и формирования личности. Этапы формирования и развития структуры личности.
6. Половые и возрастные психологические различия.
7. Сочетания акцентуаций темперамента и характера.
8. Особенности проявления акцентуаций личности в детском возрасте.
9. Разные теории понимания экстравертированной и интровертированной личности.

Раздел 2.

10. Стены как разновидность групповой нормы.
11. Принципы формирования тестовой батареи.
12. Синтетическая и дифференциальная валидность тестовой батареи.

Раздел 3.

13. Психокоррекция личности на основе теории Э. Берна.
14. Психокоррекция личности на основе теории НЛП.
15. Формы и техники групповой психотерапии.
16. Психодиагностика невербального поведения.
17. Этические аспекты психодиагностики.

Раздел 4.

18. Полный тест М. Люшера.
19. Компьютерный вариант теста М. Люшера.

Раздел 5

20. Модификации теста С. Розенцвейга.

Другие тесты (отнесены к 3 разделу)

21. Апперцептивные тесты в психодиагностике.
22. Тест Сонди: особенности применения
23. Диагностика темперамента в психодиагностике.
24. Диагностика тревожности в психодиагностике.
25. Тест «Несуществующее животное».
26. Тест Тимоти Лири.

**4.3.2. Примерный перечень тем графических работ**

*Не предусмотрено*

**4.3.3. Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)**

*Не предусмотрено*

**4.3.4. Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов**

*Не предусмотрено*

**4.3.5. Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)**

*Не предусмотрено*

**4.3.6. Примерный перечень тем расчетно-графических работ**

*Не предусмотрено*

**4.3.7. Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)**

*Не предусмотрено*

**4.3.8. Примерная тематика контрольных работ**

**Контрольная работа № 1.**

1.1. Сконструировать 20 тестовых заданий на изучение экстраверсии-интроверсии личности (по теории Айзенка).

1.2. Провести экспертную оценку сконструированных тестовых заданий. Эксперты – другие учащиеся группы – оценивают объективность тестовых заданий (по форме и по содержанию) по трехбалльной шкале, заполняя таблицу. Минимальное число экспертов – 10 человек.

№ тестового задания	ОЦЕНКИ ЭКСПЕРТОВ						Средний балл оценки	Средний балл оценки
	Оценка содержания тестового задания			Оценка формы тестового задания				
	1 балл	2 балла	3 балла	1 балл	2 балла	3 балла		

	«плохо»	«средне»	«хорошо»	«плохо»	«средне»	«хорошо»	содержания	формы
1								
2								
...								
20								
Итого сумма	$\Sigma=$	$\Sigma=$	$\Sigma=$	$\Sigma=$	$\Sigma=$	$\Sigma=$		

1.3. Рассчитать средние индексы объективности сконструированных тестовых заданий (по содержанию и по форме), внести их в таблицу. Провести корректирование неудовлетворительных заданий.

1.4. Собрать результаты тестирования участников группы по тесту «Методика исключения слов» (минимальное число участников – 25 человек), заполняя таблицу. Рассчитать индексы трудности в тесте «Методика исключения слов» (форма 1) для заданий № 3,5,9,11,15.

Проинтерпретировать показатели.

№ участника группы	Номер тестового задания														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1															
2															
...															
25															
Итого ошибок по заданию															
Итого правильных ответов по заданию															
Индекс трудности задания	--	---		----		----	----	----		----		----	----	----	

### Контрольная работа № 2.

2.1. Собрать результаты тестирования участников группы по тесту Спилберга (минимальное число участников – 25 человек), заполняя таблицу.

№ участника группы	X (показатель участника группы по тесту)	$(X - X_{\square})$	$(X - X_{\square})^2$
1			
2			
...			
25			
СУММА:	$\Sigma=$	-----	$\Sigma=$

2.2. Построить кривую распределения ответов учащихся группы по тесту Спилберга. Обозначить свое индивидуальное место на кривой распределения.

2.3. Рассчитать показатели меры центральной тенденции ( $X_{\square}$ , дисперсию, стандартное отклонение), заполняя таблицу.

2.4. Рассчитать индивидуальные показатели для себя: - процентиль и Z-показатель.

Проинтерпретировать полученные результаты.

### **Контрольная работа № 3.**

3.1. Собрать результаты тестирования участников группы по тестам «Методика исключения слов» (форма 1) и (форма 2), заполняя таблицу. Минимальное число участников группы – 20 человек.

№ участника группы	X (результат первого теста)	Y (результат второго теста)	(X-X <sub>□</sub> )	(Y-Y <sub>□</sub> )	(X-X <sub>□</sub> ) · (Y-Y <sub>□</sub> )	(X-X <sub>□</sub> ) <sup>2</sup>	(Y-Y <sub>□</sub> ) <sup>2</sup>
1							
2							
...							
20							
Итого сумма:	Σ=	Σ=	-----	-----	Σ=	Σ=	Σ=

3.2. Рассчитать коэффициент надежности теста методом параллельных форм по формуле коэффициента корреляции Пирсона, заполняя таблицу. Рассчитать стандартную ошибку измерения. Проинтерпретировать результаты.

3.3. Собрать результаты тестирования участников группы по тесту Спилбергера, заполняя таблицу. Минимальное число участников группы – 20 человек.

№ участника группы	Ч (сумма баллов по четным заданиям теста)	Н (сумма баллов по нечетным заданиям теста)	(Ч-Н)	(Ч-Н) <sup>2</sup>	(Ч+Н)	(Ч+Н) <sup>2</sup>
1						
2						
...						
20						
Итого сумма	-----	-----	-----	Σ=	-----	Σ=

3.4. Рассчитать коэффициент надежности методом расщепления по формуле Рюлона, заполняя таблицу. Рассчитать стандартную ошибку измерения. Проинтерпретировать результаты.

### **Контрольная работа № 4.**

4.1. Написать характеристику личности по результатам теста М. Люшера. Объем характеристики - 1,5 - 2 страницы. Структура характеристики:

- ситуация, в которой находится человек на момент тестирования;
- актуальные проблемы личности, актуализированные и подавляемые потребности, способы решения проблем;
- неактуализированные потребности личности;
- уровень и тенденции тревожности личности;
- работоспособность личности, основная цель жизнедеятельности;
- характеристика устойчивости АНС

Язык изложения материала в характеристике личности – разговорный.

### **Контрольная работа № 5.**

5.1. Написать характеристику личности по результатам теста С. Розенцвейга. Объем характеристики - 1 страница. Структура характеристики:

- Степень социальной адаптации личности;
- Оценка конфликтогенности личности;
- Оценка тревожности личности
- Описание наиболее типичных реакции личности.
- Оценка конструктивности поведения личности при столкновении с препятствием.
- Черты поведения личности в ситуациях обвинения.

Язык изложения материала в характеристике личности – разговорный.

#### 4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов

*Не предусмотрено*

#### 5. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ, ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения						Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение					
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
P1				*								
P2	*			*								
P3	*			*	*							
P4	*			*	*							

#### 6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ (Приложение 1)

#### 7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ (Приложение 2)

#### 8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Приложение 3)

#### 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 9.1.Рекомендуемая литература

##### 9.1.1.Основная литература

1. Бурлачук Л. Ф. Психодиагностика : [учебник для вузов] / Л. Ф. Бурлачук .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2011 .— 384 с.
2. Носс И. Н. Психодиагностика : учеб. для бакалавров, обучающихся по направлению "Психология" / И. Н. Носс .— Москва : Юрайт, 2011 .— 439 с.
3. Практическая психодиагностика детей и подростков : методические рекомендации для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 030300 "Психология" / М-во образования и науки РФ, Урал. федеральный ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, [Ин-т социальных и политических наук ; сост. Р. Р. Муслумов]. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2013. — 31 с.

4. Психодиагностика. Личностные и профессиональные качества / авт.-сост. О. Н. Истратова, Т. В. Эксакусто. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. — 495 с.

### 9.1.2.Дополнительная литература

1. Анастаси А. Психологическое тестирование / А. Анастаси, С. Урбина ; [пер. с англ. и общ. науч. ред. А. А. Алексеева] .— 7-е изд. — СПб. [и др.] : Питер, 2009 .— 687 с.
2. Бочарова, Галина Валентиновна. Психология. Тесты = Psychology. Tests : учеб. пособие / Г. В. Бочарова, М. Г. Степанова ; Г. В. Бочарова, М. Г. Степанова. — 2-е изд., испр. — М. : Флинта : Моск. психол.-соц. ин-т, 2007.
3. Балыхина, Татьяна Михайловна. Словарь терминов и понятий тестологии / Т. М. Балыхина ; Рос. ун-т дружбы народов. — М. : МГУП, 2000.
4. Бурлачук, Леонид Фокич. Психодиагностика : [учебник для вузов] / Л. Ф. Бурлачук .— 2-е изд., перераб. и доп. — СПб. [и др.] : Питер, 2010 .— 378с.
5. Глуханюк Н.С., Щипанова Д.Е. Психодиагностика: учебное пособие для студ. Учреждений высшего профессионального образования / Н.С.Глуханюк, Д.Е. Щипанова. — М.: Издательский центр «Академия», 2011. — 240 с.
6. Драгунский В. В. Цветовой личностный тест : Практ. пособие / В. В. Драгунский. — Минск : Харвест, 1999. — 446 с.
7. Зайнетдинова И. Ф. Психодиагностика в кадровом менеджменте : учебное пособие / И. Ф. Зайнетдинова ; Урал. гос. техн. ун-т - УПИ, Каф. соц. антропологии и психологии УГТУ-УПИ ; науч. ред. Н. И. Шаталова .— Екатеринбург : [УГТУ-УПИ], 2005 .— 76 с.
8. Лучшие психологические тесты для профотбора и профориентации : Описание и руководство к использованию / А. И. Андрианов, Л. Г. Десфонтейнес, А. Ф. Кудряшов и др. ; Отв. сост. Н. А. Волкова; Отв. ред. А. Ф. Кудряшов; Авт. вступ. ст. Е. Ф. Рыбалко; Гос. фонд содействия занятости населения С.-Петербурга. — Петрозаводск : Петроком, 1992. — 319 с.
9. Люшер М. Цветовой тест Люшера = The Lüscher color test / Макс Люшер ; [пер. с англ. А. Никоновой]. — М. ; СПб. : АСТ : Сова, 2007.
10. Люшер М. Цвет вашего характера : [пер. с англ.] / Макс Люшер. — М. : РИПОЛ КЛАССИК : Вече, 1997. — 236 с.
11. Немов Р. С. Психология : Учебник для вузов: В 3 кн. Кн. 3. Психодиагностика. Введение в научное психологическое исследование с элементами математической статистики / Р.С. Немов .— 4-е изд. — М. : ВЛАДОС, 2001 .— 640 с.
12. Непомнящая Н. И. Психодиагностика личности. Теория и практика : учеб. пособие для вузов / Н. И. Непомнящая. — М. : ВЛАДОС, 2003. — 192 с. 1экз
13. Общая психодиагностика : [учебник] / [А. А. Бодалев, В. В. Столин, В. С. Аванесов [и др.]]. — СПб. : Речь, 2006. — 440 с. 10 экз
14. Рабочая книга практического психолога : Пособие для специалистов, работающих с персоналом / Под ред. А. А. Бодалева, А. А. Деркача, Л. Г. Лаптева. — М. : Изд-во Ин-та Психотерапии, 2003. — 630 с.
15. Романова Е. С. Психодиагностика : [учеб. пособие для вузов по направлению и специальностям психологии] / Е. С. Романова. — 2-е изд. — СПб. [и др.] : Питер, 2008. — 400с.
16. Практическая психодиагностика : Методики и тесты / Ред.-сост. Д. Я. Райгородский. — Самара : Бахрах, 1999. — 669 с.
17. Психологические тесты / Сост. Э. Р. Ахмеджанов. — М. : Лист, 1996. — 320 с.
18. Психологические тесты : в 2 т. / под ред. А. А. Карелина. — М. : ВЛАДОС, 2005. В нескольких томах.
19. Собчик Л. Н. МЦВ - метод цветowych выборов. Модифицированный восьмицветовой тест Люшера : практическое руководство / Л. Н. Собчик. — СПб. : Речь, [2001]. — 101 с.
20. Сыромятников И. В. Психодиагностика : учеб. пособие для вузов / И. В. Сыромятников .— М. ; Екатеринбург : Академический Проект : Деловая книга, 2005
21. Тараненко В. Почерк, портрет, характер. Скрытая психодиагностика в практическом изложении / В. Тараненко ; [ред.-сост. С. Федорчук] .— Киев : Ника-Центр, 2005 .



22. Фрустрация: Понятие и диагностика: Учеб.-метод. пособие: Для студентов специальности 020400 «Психология» / Сост. Л.И. Дементий. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2004. – 68 с.

## **9.2.Методические разработки**

Не используются

## **9.3.Программное обеспечение**

1. Microsoft Office Power Point
2. Windows Media

## **9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. [www.fom.ru](http://www.fom.ru)
2. [www.socpol.ru](http://www.socpol.ru)

## **9.5.Электронные образовательные ресурсы**

1. Подборка учебных видеофильмов
2. Презентационные материалы к аудиторным занятиям
3. Электронные формы тестов

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием**

Для проведения лекций требуется аудитория, оборудованная компьютером с подключенным проектором и экраном.

**6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**6.1. Весовой коэффициент значимости дисциплины – 2, в том числе, коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены – не предусмотрены.**

**6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине**  
**Семестр 4**

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,4</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
Посещение лекций (18)	4- 1-17	18
Мини-опросы по содержанию лекций (5) (письменные)	4-2,3,6,10,14	20
Контрольная работа №1	4 – 3	20
Контрольная работа №2	4 – 10	20
Контрольная работа №3	4 - 17	22
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,4</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,6</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,6</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>Посещение практических /семинарских занятий (18)</i>	4 – 1-17	18
<i>Участие в работе практических/семинарских занятий (18)</i>	4 – 1-17	18
<i>Выполнение практических заданий на занятии(16)</i>	4 – 2-17	16
<i>Домашняя работа №1</i>	4 - 9	15
<i>Домашняя работа №2</i>	4 - 12	15
<i>Домашняя работа №3</i>	4 - 16	18
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		

**Семестр 5**

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,4</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
Посещение лекций (18)	5- 1-17	18
Мини-опросы по содержанию лекций (5) (письменные)	5-2,3,6,10,14	30
Контрольная работа №1	5 – 10	26

Контрольная работа №2	5-17	26
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,4</b>		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,6</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,6</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>Посещение практических /семинарских занятий (18)</i>	5 – 1-17	18
<i>Участие в работе практических/семинарских занятий (18)</i>	5 – 1-17	36
<i>Выполнение практических заданий на занятии(16)</i>	5 – 2-17	16
<i>Домашняя работа №1</i>	5 - 9	15
<i>Домашняя работа №2</i>	5 - 16	15
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1</b>		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		

**6.3. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта – не предусмотрено**

**6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины**

<b>Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина</b>	<b>Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре</b>
Семестр IV	0,5
Семестр V	0,5

## **7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ**

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте ФЭПО <http://fero.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте Интернет-тренажеры <http://training.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на портале СМУДС УрФУ.

В связи с отсутствием Дисциплины и ее аналогов, по которым возможно тестирование, на сайтах ФЭПО, Интернет-тренажеры и портале СМУДС УрФУ, тестирование в рамках НТК не проводится.

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ БРС**

В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре критерии оценивания достижений студентов по каждому контрольно-оценочному мероприятию. Система критериев оценивания, как и при проведении промежуточной аттестации по модулю, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

<b>Компоненты компетенций</b>	<b>Признаки уровня освоения компонентов компетенций</b>		
	<b>пороговый</b>	<b>повышенный</b>	<b>высокий</b>
<b>Знания</b>	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
<b>Умения</b>	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
<b>Личностные качества</b>	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

## **8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ**

НТК НЕ ПРОВОДИТСЯ

### **8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

#### **8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий**

По теме проводимой лекции

#### **8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий**

Не предусмотрено

#### **8.3.3. Примерные контрольные кейсы**

Не предусмотрено

#### **8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета**

1. Предмет психодиагностики как науки. Структура предмета.
2. Функции психодиагностики. Социальные сферы применения психодиагностического знания.
3. Место психодиагностики в системе наук. Структура психодиагностики как науки.
4. Дифференциальная психометрика как раздел психодиагностики.
5. История психодиагностики, основные этапы.
6. Проблема классификации методов и методик в психодиагностике. Основания для классификации тестов.
7. Сущность психологического наблюдения. Использование информации, получаемой методом наблюдения.
8. Проблема тестового измерения.
9. Этапы конструирования теста.
10. Характеристики качества тестовых заданий.
11. Стандартизация и нормализация теста. Требования к выборке стандартизации.
12. Этапы обработки теста. Стандартные и нормализованные показатели.
13. Виды возрастных норм.
14. Основные внутригрупповые нормы.
15. Характеристики «нормального» распределения. Отклонения от кривой «нормального» распределения как показатель качества теста.
16. Определение надежности теста. Мера надежности.
17. Характеристика ретестовой надежности.
18. Надежность параллельных форм.
19. Определение надежности теста методом расщепления.
20. Надежность экспертных оценок.
21. Истинная дисперсия и дисперсия ошибки. Стандартная ошибка измерения.
22. Сущность процесса определения валидности теста.
23. Содержательная валидность. Спецификация теста.
24. Эмпирическая валидность. Виды критерия.
25. Теоретическая валидность.
26. Принципы формирования тестовой батареи.
27. Валидность и теория решений.
28. Понятие личности в психодиагностике. Психологическая структура личности.
29. Психофизиологические типологии личности.
30. Теория акцентуации К. Леонгарда. Понятие акцентуации, признаки акцентуации.
31. Типы акцентуаций характера по К. Леонгарду.
32. Типы акцентуаций темперамента по К. Леонгарду.

#### **8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена**

1. Сущность, цели и критерии эффективности психологического консультирования.
  2. Профессиональные позиции психолога – консультанта. Типы ошибок в поведении.
  3. Психотерапия, Психокоррекция, психопрофилактика: общее и особенное.
  4. Принципы работы и ограничения применения личностно-ориентированных и симптоматических методов психокоррекции.
  5. Цели, задачи и функции психологического тренинга.
  6. Группа как фон, цель и инструмент психологического воздействия.
  7. Принципы комплектования и работы групп психологического тренинга.
  8. Социальные и этические аспекты психодиагностики.
  9. Перцептивная природа цвета.
  10. Тест М. Люшера: история создания, основные формы и особенности применения.
  11. Требования к процедуре тестирования по 8-цветовому тесту М. Люшера.
  12. Структурное значение основных цветов.
  13. Функции цветов, правила их определения и интерпретации.
  14. Структурное значение смешанных цветов.
  15. Определение стресса и тревожности личности по тесту М. Люшера.
  16. Структурное значение ахроматических цветов.
  17. Интерпретация работоспособности личности по тесту М. Люшера.
  18. Характеристика устойчивости АНС по тесту М. Люшера.
  19. Фрустрация и фрустрационная толерантность – понимание, функции.
  20. Тест С. Розенцвейга: история создания, место в ряду тестовых методик, особенности применения.
  21. Требования к процедуре тестирования по тесту С. Розенцвейга.
  22. Типы фрустрационных реакций.
  23. Направления фрустрационных реакций.
  24. Определение степени социальной адаптации по тесту С. Розенцвейга.
  25. Профиль личности, его построение и интерпретация.
  26. Образцы поведения по тесту С. Розенцвейга, их определение и интерпретация.
- Практические задания на экзамене:**
27. Провести процедуру тестирования (тест М. Люшера, тест С. Розенцвейга).
  28. Обработать результаты теста.
  29. Проинтерпретировать результаты теста.

На основе теста написать характеристику личности испытуемого

**8.3.6. Ресурсы АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ для проведения тестового контроля в рамках текущей и промежуточной аттестации**

Не предусмотрено

**8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля**

Не предусмотрено

**8.3.8. Интернет-тренажеры**

Не предусмотрено

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России  
Б.Н.Ельцина»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ**

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	Учетные данные
Модуль <b>Основы производственно-прикладной деятельности в социологии</b>	Код модуля <b>1138734</b>
Образовательная программа <b>Социология</b>	Код ОП <b>39.03.01/01.02</b>
<b>Направление подготовки</b> Социология	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 39.03.01
<b>Уровень подготовки</b> Бакалавриат	
<b>ФГОС ВО</b>	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: <b>№ 1328 от 12.11.15</b>

Екатеринбург, 2016.



Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>ФИО</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Кафедра</b>	<b>Подпись</b>
1	Смирнова Ольга Геннадьевна	к.социол.н, доцент	Доцент	Прикладной социологии	

**Руководитель модуля**

Е.Л. Могильчак

**Рекомендовано учебно-методическим советом  
института социальных и политических наук**

Председатель учебно-методического совета  
Института социальных и политических наук

Е. С. Черепанова

Протокол № 33.00-08/45 от « 16 мая 2016 г.

**Согласовано:**

Дирекция образовательных программ

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

## 1.1. Аннотация содержания дисциплины

В процессе изучения курса студенты знакомятся с основными методологическими и методическими принципами социальной психологии как самостоятельной отрасли знания и как практической деятельности. Учащиеся получают знания об основных подходах к пониманию сущности социально-психологических явлений и процессов; формируют представления о социально-психологических регуляторах поведения личности и группы; осваивают особенности методов социально-психологического исследования личности и группы; развивают навыки самостоятельного аналитического мышления, способность формулировать и аргументировать собственное понимание социально-психологических проблем; формируют и развивают готовность и умение работать в группе.

Знания, навыки и умения, формируемые в процессе изучения курса Социальной психологии, в дальнейшем способствуют более успешному освоению отраслевых социологических дисциплин, изучение которых требует понимания психологических регуляторов социальных процессов: социологии коммуникаций, социологии рекламы, социологии семьи, социологии личности, социологии воспитания, социологии управления и др.

## 1.2. Язык реализации программы - русский

## 1.3. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результатом освоения дисциплины является формирование у студента следующих компетенций:

**ПК-10** - умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций;

**ПК-11** - способностью использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп

**ПК-12** - способность разрабатывать основанные на результатах проведенных исследований предложения и рекомендации по решению социальных проблем, по согласованию интересов социальных групп и общностей

**ПК-14** - способность обосновать практическую целесообразность исследований, направленных на изучение различного рода социальных явлений, планировать и осуществлять исследование общественного мнения с использованием методов сбора и анализа социологической информации

**ПК-16** - способностью к практическому использованию основ социальных наук для разработки предложений по повышению эффективности труда

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные закономерности протекания комплексных социальных процессов и механизмы функционирования основных социальных общностей;
- основные теоретические модели и методы исследования, описывающие социальное действие, социальное восприятие, коммуникацию и взаимодействие на микро-и макроуровнях;

Уметь:

- производить, отбирать, обрабатывать и анализировать данные о социальных процессах и социальных общностях;
- применять соответствующие целям конкретного исследования методы сбора и анализа данных, учитывать их ограничения, оценивать качество (валидность и надежность) социологической информации;
- участвовать в проектных формах работы и реализовывать самостоятельные аналитические проекты;
- представлять результаты исследовательской и аналитической работы перед профессиональной и массовой аудиторией;

Демонстрировать навыки и опыт деятельности:

- владеть навыками межличностной и межкультурной коммуникации, основанными на уважении к историческому наследию и культурным традициям;
- владеть способностью использования фундаментальных социологических знаний на практике;
- владеть навыками получения профессиональной информации из различных типов источников, включая Интернет и зарубежную литературу;

#### 1.4. Объем дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	4		
1.	<b>Аудиторные занятия</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>		
2.	Лекции	34	34	34		
3.	Практические занятия	16	16	16		
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	<b>Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации</b>	<b>76</b>	<b>7,50</b>	<b>76</b>		
6.	<b>Промежуточная аттестация</b>	18	<b>2,33</b>	Э(18)		
7.	<b>Общий объем по учебному плану, час.</b>	144	59,83	144		
8.	<b>Общий объем по учебному плану, з.е.</b>	4		4		

Заочная форма обучения

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	4	5	
1.	<b>Аудиторные занятия</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	
2.	Лекции	10	10	2	8	
3.	Практические занятия	8	8		8	
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	<b>Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации</b>	<b>108</b>	<b>2,70</b>		<b>108</b>	
6.	<b>Промежуточная аттестация</b>	18	<b>2,33</b>		Э(18)	
7.	<b>Общий объем по учебному плану, час.</b>	144	23,03		144	
8.	<b>Общий объем по учебному плану, з.е.</b>	4			4	

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины	Содержание
Р1	Предмет и структура социальной психологии. История социальной психологии	<p>Объект и предмет социальной психологии. Дискуссия о предмете в 20-е годы (К. Корнилов, В. Бехтерев, Г. Челпанов и др.) XX века. Суть дискуссии о личностном или массовом уровне анализа проблем в социальной психологии в 50-60-е годы XX века. Современные трактовки предмета социальной психологии (Г. Андреева, П. Шихирев, Е. Кузьмин, В. Семенов, Д. Майерс и др.). Структура предмета социальной психологии. Структура социальной психологии: академическая и прикладная социальная психология; объяснительная и понимающая социальная психология; токсономическая, дифференциальная и системная социальная психология и т.д. Соотношение наук: психология, социология и социальная психология: интрадисциплинарный и интердисциплинарный подходы. Место социальной психологии в системе научного знания: между естественными и системными науками, единство теоретического и эмпирического знания, связь с системой социально-политических наук и др. Изучение социально-психологических проблем в рамках истории философии: Платон, Аристотель, Гераклит, Демокрит и др. Бэкон, Декарт, Макиавелли, Гоббс, Руссо, Локк и др. Кант, Гегель, Фейербах и др. Исторические онтологические и гносеологические предпосылки возникновения социальной психологии как науки в конце XIX века. Первые формы социально-психологического знания. Психология народов М. Лацаруса и В. Вундта. Психология масс Г. Тарда и Г. Лебона. Теория инстинктов социального поведения В. Макдугалла. Первые эмпирические социально-психологические исследования (эксперименты) и их выводы: В. Меде, Ф. Олпорт, В. Бехтерев. Основные парадигмы в рамках социальной психологии: бихевиоризм, психоанализ, интеракционизм, когнитивизм</p>
Р2	Проблемы личности в социальной психологии	<p>Соотношение категорий человек – индивид – субъект – личность. Понимание личности в психологии, социологии и социальной психологии: общее и особенное. Личность в понимании основных социально-психологических парадигм: бихевиоризм, психоанализ, когнитивизм, интеракционизм. Структурные и типологические концепции личности. Социально-психологические характеристики личности. Соотношение категорий: формирование – функционирование – развитие личности. Понятие социализации, ее содержание, этапы, институты социализации. Социализация и индивидуализация как две стороны процесса развития личности. Критерии развитой личности. Этапы развития личности. Критерии успешного развития личности в рамках основных социально-психологических парадигм: бихевиоризм, психоанализ, когнитивизм, интеракционизм. Система категорий социализация – ресоциализация – десоциализация. Понятие девиации, виды девиантного поведения. Основные теории девиации – биологическая, психологическая, социальная, культурологическая, криминологическая, теория стигматизации и др. Социально-психологические регуляторы поведения личности. Социальная установка: понятие, структура, классификация. Личность и социальные установки. Парадокс Лапьера. Социальный стереотип: понятие, функции, классификация. Прикладные исследования проблем личности в социальной психологии. Новые социально-психологические феномены, связанные с процессами урбанизации, научно-технического прогресса: стереотипизация, социальная леность, «знакомый</p>

		незнакомец», анонимность, деперсонализация, аддикция (компьютерная, наркотическая и т.п.)
<b>Р3</b>	Общение как объект изучения социальной психологии	<p>Понятие общения, роль общения в жизни человека, функции общения: формирующая, подтверждающая, информационная, эмотивная, организационная и т.д. Виды общения: с подлинным субъектом, с субъективированным объектом, с квазисубъектом; межличностное и ролевое; ритуальное, диалогическое, монологическое; непосредственное и опосредованное; воспитательное, обучающее, деловое, диагностическое, интимно-личностное и т.д. Средства общения. Вербальное общение: лингвистическая, паралингвистическая, экстралингвистическая системы. Устная и письменная речь, контекст речи. Невербальное общение: кинестическая, такестическая, проксемика системы. Функции невербального общения. Факторы, влияющие на выбор тех или иных средств общения. Структура общения. Общение как процесс, основные составляющие общения. Общение как обмен информацией. Понятие коммуникации, структура коммуникационного процесса по Г. Лассуэлу. Коммуникативные барьеры. Понятие и факторы фасцинации. Признаки эффективного слушателя. Поведение коммуникатора. Виды коммуникации: вербальная – невербальная, аксиальная – ретиальная. Убеждающая коммуникация К. Ховланда. Общение как восприятие и понимание. Понятие социальной перцепции. Структура перцептивного процесса. Функции социальной перцепции: самопознание, познание партнера, организационная, эмотивная и т.д. Сущность самопознания. Окна Джогари. Механизмы самопознания: социальная рефлексия, интроспекция, самооценка. Этапы становления самосознания личности. Механизмы социальной перцепции: децентрация, идентификация, эмпатия. Феномен межличностной аттракции. Социально-психологические феномены перцепции: стереотипы, каузальная атрибуция. Причины искажения восприятия «другого». Эффекты социальной перцепции по Л.А. Петровской: эффект ореола, последовательности получения информации, аналогии, влияние имплицитной теории личности, инерционность, стремление к непротиворечивости и др. Общение как взаимодействие. Понятие интеракции. Процессуальная структура взаимодействия. Структура взаимодействия по Т. Парсонсу. Виды взаимодействия: оппозиция-приспособление; кооперация-конкуренция; аттракция-агрессия; индивидуализация-равенство; согласие-конфликт и др. Понятие конфликта, виды конфликтов, позитивные и негативные функции конфликта, структура конфликта. Взаимодействие в понимании основных социально-психологических парадигм: бихевиоризм, психоанализ, когнитивизм, интеракционизм. Методики эмпирического изучения взаимодействия: типы конфликтного взаимодействия по К. Томасу, трансактный анализ по Э. Берну, интеракции в малой группе по Р. Бейлзу, дилемма узника Тибо и Келли и др. Психологическое влияние. Понятие влияния, открытые способы влияния: просьба, убеждение, принуждение. Скрытое влияние: внушение, заражение, манипуляция. Критерии манипулятивного воздействия. Основные механизмы манипулятивного воздействия по Р. Чалдини: правило взаимного обмена, правило обязательства и последовательности, правило социального доказательства, правило благорасположения, механизм авторитета, правило малого (механизм дефицита).</p>
<b>Р4</b>	Группа в социальной психологии	<p>Понятие группы. Виды групп: номинальные – реальные; естественные – лабораторные; большие – малые; стихийные – устойчивые; Становящиеся – развитые; формальные –</p>

	<p>неформальные; открытые – закрытые; временные – постоянные. Референтные группы по Г. Хайману. Понятие малой группы, признаки малой группы – непосредственность контактов, наличие общих целей, система распределения ролей, наличие внутригрупповых норм, эспектации, МЫ-чувства и др. Проблема верхней и нижней границ малой группы. Число Миллера. Социально-психологические характеристики малой группы: групповой состав, структура группы, распределение групповых ролей, структура коммуникативного процесса, групповые нормы, групповые ценности, система групповых санкций, групповая динамика и др. Социально-психологические показатели положения индивида в группе: групповой статус, групповая роль, соответствие групповым ожиданиям, степень принятия групповых норм и др. Основные направления изучения малых групп. Социометрия Дж. Морено: понимание макро- и микроструктуры межличностных отношений, техника социометрического опроса. Неформальная структура группы, Хотторнский эксперимент Элтона Мэйо. Социально-психологические исследования группового поведения и групповой динамики. Теория групповой динамики Курта Левина. Групповые процессы: групповое давление, сплоченность группы, формирование и развитие группы. Техника проведения социально-психологического эксперимента в малых группах. Понятие конформизма, эксперименты Соломона Аша. Виды группового влияния. Феномены социальной фасилитации, огруппления мышления, социальной лености и др. Проблема возникновения социальной нормы. Классические эксперименты Музафара Шерифа. Проблема лидерства. Теории лидерства: теория черт, ситуационная теория, системная теория и др. Стили лидерства: директивный, демократический, попустительский. Проблема развития группы: модель Петровского, модель Дрекслера. Социальная психология больших групп. Виды устойчивых больших групп – классы, нации, профессиональные группы и др. Методы изучения устойчивых групп – этнографические, культурологические, сравнительные и др. Регуляторы поведения в больших устойчивых группах – нравы, обычаи, традиции и пр. Большие стихийные группы: толпа, публика, аудитория, масса: общее и различия. Основные регуляторы поведения в стихийных группах – механизмы заражения, внушения, подражания</p>
--	---

### 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

#### 3.1. Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины

Раздел дисциплины		Аудиторные занятия (час.)					Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																															
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)									Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)											
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар, занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конференция, коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностранном языке*	Перевод иностранной литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю								
																															0	0	0	0	0	0	0	0
P1	Предмет и структура социальной психологии. История социальной психологии	18	8	4	4		10	10	2	8																												
P2	Проблемы личности в социальной психологии	28	14	10	4		14	14	6	8																												
P3	Общение как объект изучения социальной психологии	36	14	10	4		22	14	6	8												8			1													
P4	Группа в социальной психологии	44	14	10	4		30	14	6	8		12	1									4	1															
	<b>Всего (час), без учета промежуточной аттестации:</b>	<b>126</b>	<b>50</b>	<b>34</b>	<b>16</b>		<b>76</b>	<b>52</b>	<b>20</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>8</b>								
	<b>Всего по дисциплине (час.):</b>	<b>144</b>	<b>50</b>				<b>94</b>																				В т.ч. промежуточная аттестация			<b>0</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>					

Заочная форма обучения

Объем модуля (зач.ед.): 14  
Объем дисциплины (зач.ед.): 4:

Раздел дисциплины		Аудиторные занятия (час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																																
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	Всего по разделу, теме (час.)	Всего аудиторной работы (час.)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Всего самостоятельной работы студентов (час.)	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)				Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)								Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)	Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)	Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)																
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	И/или семинар, семинар-конференция, коллоквиум (магистратура)	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного продукта*	Расчетно-графическая работа*				Домашняя работа на иностранном языке*	Перевод иностранной литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*									
P1	Предмет и структура социальной психологии. История социальной психологии	3	1	1	0		2	2	2																													
P2	Проблемы личности в социальной психологии	22	4	2	2		18	18	4	14																												
P3	Общение как объект изучения социальной психологии	37	5	3	2		32	20	6	14																												
P4	Группа в социальной психологии	64	8	4	4		56	38	8	30																												
	<b>Всего (час), без учета промежуточной аттестации:</b>	<b>126</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>		<b>108</b>	<b>78</b>	<b>20</b>	<b>58</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b></b>	<b></b>	<b></b>	<b></b>	<b></b>	<b></b>	<b></b>	<b></b>	<b></b>	
	<b>Всего по дисциплине (час.):</b>	<b>144</b>	<b>18</b>				<b>126</b>																															
																						В т.ч. промежуточная аттестация					<b>0</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>								



#### 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

##### 4.1. Лабораторные работы

*не предусмотрено*

##### 4.2. Практические занятия

###### Очная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1	1	Социальная психология как наука, как практическая деятельность и как учебная дисциплина: общее и особенное	1
P1	1	История социальной психологии	1
P1	2	Современная социальная психология	1
P1	2	Наиболее известные личности в истории социальной психологии и в современности (возможна работа с поисковыми IT-системами)	1
P2	3	Понятие личности, типы личностей, проблема развития личности	1
P2	3	Социализация, формирование, развитие, воспитание личности: общее и особенное.	1
P2	4	Современный взгляд на девиацию. Плюсы и минусы девиантного поведения.	1
P2	4	Стереотипы и социальные установки: современные взгляды	1
P3	5	Понятие общения, виды общения.	1
P3	5	Вербальное и невербальное общение.	1
P3	6	Коммуникативный процесс. Коммуникативные барьеры	1
P3	6	Социальная перцепция. Факторы влияния.	1
P4	7	Понятие группы. Признаки малой группы Виды групп. Попытки классификации социальных групп. Большие социальные группы.	1
P4	7	Социометрический метод изучения малой группы	1
P4	8	Роли личности в малой группе. Проблема лидерства.	1
P4	8	Проблема развития малой группы. Модели Петровского и Дрексlera: за и против.	1
<b>Всего</b>			<b>16</b>

##### 4.3. Примерная тематика самостоятельной работы

###### 4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

1. Большие социальные группы, регуляторы поведения в них
2. Современная теория масс (С. Московичи)
3. Неформальное и формальное в группе.
4. Референтные группы: плюсы и минусы влияния на личность
5. Лидерство в группе. Лидер и руководитель.
6. Семья как малая группа.
7. Студенческая группа как малая группа.
8. Первичные и вторичные группы, разные позиции
9. Социометрический метод

10. Групповая динамика К. Левина.

**4.3.2. Примерный перечень тем графических работ**

*Не предусмотрено]*

**4.3.3. Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)**

*Не предусмотрено*

**4.3.4. Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов**

*Не предусмотрено*

**4.3.5. Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)**

*Не предусмотрено*

**4.3.6. Примерный перечень тем расчетно-графических работ**

*Не предусмотрено*

**4.3.7. Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)**

*Не предусмотрено*

**4.3.8. Примерная тематика контрольных работ**

«Словарь понятий по социальной психологии».

**4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов**

Разработка модели выступления для групповой конференции (коллоквиума) по списку тем:

Темы на выбор (раздел 3):

1. Социальный конфликт: хорошо или плохо
2. Психологическое влияние, насколько оно сильно
3. Манипуляция: методы, способы защиты
4. Невербальное общение, национальные особенности
5. Вербальное общение: письменно или устно
6. Эффективное общение, какое оно и как его добиться.
7. Коммуникативные барьеры: что это и как с ними бороться
8. Почему люди дружат
9. Откуда берется любовь
10. Как мы воспринимаем друг друга

Требования к работе:

1. Из числа студентов создаются группы по 5-6 человек.
2. Случайным образом (по жребию) в группе определяются следующие роли и функционал:

- Руководитель группы – контролирует всю работу, организует работу по подготовке вне аудитории, отвечает за присутствие своей группы, за качество информации.

- Тайм-менеджер – контролирует время выступления, отвечает за распределение нагрузки участников группы и их ролевое участие

- Технический руководитель – отвечает за техническое обеспечение выступления (если нужно – видео сопровождение (ноутбук), демонстрационный материал, реквизит и т.д.)

- Аналитики – отвечают за поиск информации, за ее адекватность, используемые источники.

- Менеджеры – обработка информации, ее логическое построение, построение выступления.

3. Группа выбирает какой-либо аспект выбранной темы и готовит выступление-презентацию и модель ее возможной реализации.

3.1. Требования к выступлению:

- демонстрационный материал по теме (эл.презентация или видео-, фотоматериал, раздаточный материал и т. п.),

- время выступления не более 15 мин.

3.2. Требования к модели выступления:

- описание целевой аудитории

- распределение ролей участников группы

- описание специального оборудования (при необходимости)

- тайминг выступления

Оценивается работа каждого члена группы по отдельности в зависимости от его функционала в

группе.

Критерии оценки:

- Руководитель группы – организация выступления, присутствие членов группы, их участие в работе.

- Тайм-менеджер – соблюдение регламента времени.

- Технический руководитель – качество технического обеспечения выступления.

- Аналитики – качество представленной информации (адекватность теме, используемые источники).

Менеджеры – построение хода выступления, содержание выступления

## 5. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ, ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения					Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение						
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
<b>P1</b>				*								
<b>P2</b>	*			*								
<b>P3</b>	*			*	*							
<b>P4</b>	*			*	*							

## 6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ (Приложение 1)

## 7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ (Приложение 2)

## 8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (Приложение 3)

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 9.1.Рекомендуемая литература

#### 9.1.1.Основная литература

1. Веракса Н. Е. Социальная психология : учебник для студентов учреждений высш. проф. образования. — М. : Академия, 2011.
2. Социальная психология : [учеб. пособие для вузов по гуманитар. специальностям / А. Н. Сухов, М. Г. Гераськина, А. М. Лафуткин, А. В. Чечкова] ; под ред. А. Н. Сухова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011

3. Социальная психология: современная теория и практика / [В. В. Макурова, Э. Л. Боднар, А. А. Любякин и др. ; под общ. ред. Л. В. Оконечниковой] ; М-во образования и науки РФ, Ура. федеральный ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, [Ин-т социальных и политических наук]. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. — 225, [2] с. — Рек. метод. советом УрФУ.
4. Майерс Д. Дж. Социальная психология / Д. Майерс ; [пер. с англ. З. Замчук]. — 7-е изд. — СПб. [и др.] : Питер, 2016. — 793 с.

### 9.1.2.Дополнительная литература

1. Алексеенкова Е. Г. Личность в условиях психической депривации. — СПб., 2009.
5. Андреева Г.М. . Социальная психология: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Психология"— М., 2008.
2. Андреева Г.М. Актуальные проблемы социальной психологии. – М.: МГУ, 1988.
3. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. \ Пер. с англ. – М., 1998.
4. Белинская Е. П. Социальная психология личности: для студентов учреждений высш. проф. образования. — М., 2009.
5. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. Пер. с англ. – СПб., 1992.
6. Берн Э. Трансактный анализ и психотерапия. – СПб., 1994.
6. Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие — 2-е изд., доп. и перераб. — СПб., 2008.
7. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. – СПб., 2003.
8. Вирджиния Н. Квин Прикладная психология – СПб., 2000.
9. Вундт В. Проблемы психологии народов. - СПб., 2001.
10. Головина А. С. Деловые переговоры. Стратегия победы. — СПб., 2007.
11. Горелов И.Н., Енгальчев В.Ф. Безмолвной мысли знак: Рассказы о невербальной коммуникации. – М., 1991.
12. Гофман Э. Ритуал взаимодействия. Очерки поведения лицом к лицу. — М., 2009.
13. Емельянов С.М. Практикум по конфликтологии. – СПб., 2001.
14. Караванова Л. Ж. Психосоциальные особенности одиночества: учебное пособие. — Тверь, 2008.
15. Крайг Г. Психология развития. – СПб., 2000.
16. Кречмер Э. Строение тела и характер. - М., 2001.
17. Кричевский Р. Л. Социальная психология малой группы. — М., 2009.
18. Крысько В. Г. Этническая психология. — М., 2007.
19. Кузьмин Е.С. Основы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1964.
20. Лабунская В. А. Не язык тела, а язык души! Психология невербального выражения личности. — Ростов-на-Дону, 2009.
21. Лебон Г. Психология толп. // Психология толп. – М., 1993.
22. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб., 1999.
23. Меренков А.В. Система детерминации человеческой деятельности. - Екатеринбург, 2003.
24. Меренков А.В. Социология стереотипов. – Екатеринбург, 1998.
25. Методология и методы социальной психологии. Под. ред. Е.В. Шороховой. – М.: Наука, 1977.
26. Методы социальной психологии. Под. ред. Е.С. Кузьмина и В.Е. Семенова. – Л.: ЛГУ, 1977.
7. Методы социальной психологии: учеб. пособие для вузов / Н. С. Минаева, Д. В. Пивоваров, Э. Л. Боднар [и др.]; под общ. ред. Н. С. Минаевой. — Екатеринбург; М., 2007.
27. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. – СПб., 2000.
28. Морено Дж. Социометрия. // Американская социологическая мысль. – М., 1996.
29. Морено Я.Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе. Пер. с англ. – М., 2001.
30. Московичи С. Век толп. – М., 1998.
31. Надирашвили Ш.А. Установка и деятельность. – Тбилиси, 1987.

32. Немов Р. С. Социальная психология: Учебное пособие. Теория и практика.— СПб., 2008.
8. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. – СПб.: Питер, 2000.
33. Перспективы социальной психологии / Пер. с англ. – М., 2001.
34. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли людей по их жестам. – Нижний Новгород, 1992.
35. Почебут Л. Г. Социальная психология / Л. Г. Почебут, И. А. Мейжис. — СПб., 2010.
36. Пэнто Р., Гравитц М. Методы социальных наук. / Пер. с фр. – М., 1972.
37. Рабочая книга социолога. – М., 1983.
38. Регуш Л.А. Практикум по наблюдению и наблюдательности. – СПб., 2001.
39. Роббер М.-А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. Пер. с фр. – М., 1988.
40. Современная зарубежная социальная психология. Тексты. Под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. – М., 1984.
41. Социальная психология в трудах отечественных психологов. Сост. и ред. А.Л. Свенцицкого – СПб., 2000.
42. Социальная психология. Хрестоматия. Под ред. Е.П. Белинской – М., 2003.
9. Социальная психология: история, теория, эмпирические исследования. Под ред. Е.С. Кузьмина и В.Е. Семенова. – Л., 1979.
10. Социальная психология:практикум./ Под ред. Т.В. Фоломеевой.— М, 2009.
43. Социальная психология: словарь / ред. М. Ю. Кондратьев. — М.; СПб., 2006.
44. Стефаненко Т. Этнопсихология. – М., 2000.
45. Тард Г. Мнение и толпа. // Психология толп. – М., 1993.
46. Теоретическая и прикладная социальная психология. – М., 1988.
47. Харламова Т. М. Психология влияния: учеб. пособие. — М., 2008.
48. Хотинец В. Ю. Методологические основы этнической и кросскультурной психологии: учеб. — Ижевск, 2010.
49. Хрестоматия по социальной психологии – М., 1994.
50. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. – СПб., 2000.
51. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб., 2001.
11. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов-на-Дону: Феникс, 1998,.
52. Шихирев П.Н. Современная социальная психология в Западной Европе. – М.: Наука, 1985.
53. Шихирев П.Н. Современная социальная психология в США. – М.: Наука, 1979.
54. Эриксон Э. Трагедия личности. — М., 2008.

## 9.2.Методические разработки

Не используются

## 9.3.Программное обеспечение

1. Microsoft Office Power Point
2. Windows Media

## 9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://soc.lib.ru>. Библиотека по социологии, психологии и управлению.
2. <http://socioline.ru/> – Социологическая библиотека.
3. <http://www.econsoc.mpifg.de> Электронный журнал «Economic Sociology: European Electronic Newsletter».
4. <http://www.edu.ru>. Федеральный портал по российскому образованию, на котором находится в том числе электронная библиотека.
5. [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/INDEX\\_SOCIO.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/INDEX_SOCIO.php). Библиотека учебников и монографий по социологии.
6. <http://www.humanities.edu.ru>. Система российских федеральных образовательных порталов по социально-гуманитарному и политологическому образованию.
7. <http://www.isras.ru>. Журналы «Социологические исследования», «Социологический журнал», «Социология: 4М» и др.
8. <http://www.mavica.ru/lite/rus/736.html?sortby=5> Многоязычный портал текстов по социологии.

9. <http://www.sofist.socpol.ru> Единый архив социологических данных.

10. [www.fom.ru](http://www.fom.ru)

11. [www.socpol.ru](http://www.socpol.ru)

### **9.5.Электронные образовательные ресурсы**

Не используются

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием**

Аудитории с мультимедийным оборудованием

## **6. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**6.1. Весовой коэффициент значимости дисциплины – 2, в том числе, коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены – не предусмотрены.**

**6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине**

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,4</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
Посещение лекций (18)	4- 1-17	36
Мини-опросы по содержанию лекций (5) (письменные)	4-2,3,6,10,14	14
Домашняя работа №1	4-9	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,4</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,6</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,6</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>Посещение практических /семинарских занятий (18)</i>	4 – 1-17	18
<i>Участие в работе практических/семинарских занятий (18)</i>	4 – 1-17	18
<i>Выполнение практических заданий на занятии(16)</i>	4 – 2-17	14
<i>Контрольная работа</i>	4 - 9	30
<i>Коллоквиум</i>	4 - 16	20
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		

**6.3. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта не предусмотрено**

**6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины**

<b>Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина</b>	<b>Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре</b>
Семестр IV	1

## **7. ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ**

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте ФЭПО <http://fepo.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на сайте Интернет-тренажеры <http://training.i-exam.ru>.

Дисциплина и ее аналоги, по которым возможно тестирование, отсутствуют на портале СМУДС УрФУ.

В связи с отсутствием Дисциплины и ее аналогов, по которым возможно тестирование, на сайтах ФЭПО, Интернет-тренажеры и портале СМУДС УрФУ, тестирование в рамках НТК не проводится.



## 8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ БРС

В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре критерии оценивания достижений студентов по каждому контрольно-оценочному мероприятию. Система критериев оценивания, как и при проведении промежуточной аттестации по модулю, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	высокий
<b>Знания</b>	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
<b>Умения</b>	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
<b>Личностные качества</b>	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

## **8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ**

НТК НЕ ПРОВОДИТСЯ

## **8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных в рамках учебных занятий**

1. Сопоставить личностный и массовый уровни анализа проблем в социальной психологии в 1950-60-е годы.
2. Соотнести предметные области наук: психология, социология и социальная психология.
3. Выделить отличительные особенности теорий девиации – биологическая, психологическая, социальная, культурологическая, криминологическая, теория стигматизации.
4. Дать определения понятиям: социализация, ресоциализация, десоциализация.
5. Определить суть парадокса Лапьера.
6. Перечислить функции общения.
7. Выделить социально-психологические характеристики малой группы.

### **8.3.2. Примерные контрольные задачи в рамках учебных занятий**

Не предусмотрено

### **8.3.3. Примерные контрольные кейсы**

Не предусмотрено

### **8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета** Не предусмотрено

### **8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена**

1. Предмет и структура социальной психологии. Место социальной психологии в системе научного знания.
2. Дискуссия о предмете социальной психологии в процессе становления науки.
3. Основные идеи в истории социально-психологического мышления.
4. Исторические предпосылки формирования социальной психологии. Первые исторические формы социально-психологического знания.
5. Первые социально-психологические эксперименты.
6. Основные теоретические направления в рамках современного социально-психологического знания.
7. Понятие личности в социальной психологии. Личность в системе близких категорий.
8. Социальные качества личности. Проблема их формирования.
9. Основные подходы к пониманию формирования и развития личности.
10. Теории личности в социальной психологии (диспозиционная, ролевая и т.д.).
11. Понятие и структура социальной установки. Пути формирования и изменения установок.
12. Социализация личности: сущность, содержание, основные этапы.
13. Понятие девиантного поведения. Основные теории девиации.
14. Понятие социального стереотипа. Основные стереотипы восприятия и оценки.
15. Общение в социальной психологии, его структура.
16. Понятие перцепции, факторы и механизмы перцепции.
17. Вербальные и невербальные средства общения.
18. Структура коммуникативного процесса. Функции коммуникации.
19. Сущность и виды коммуникативных барьеров.
20. Понятие фасцинации, факторы фасцинации.
21. Общение как взаимодействие. Основные виды взаимодействия.
22. Эмпирическое изучение взаимодействия (методики Берна, Бейлза и др.)
23. Понятие манипулятивного воздействия. Основные психологические механизмы манипулирования.
24. Понятие конфликта, виды конфликтов, функции конфликтов.

25. Понятие группы в социальной психологии. Виды групп.
26. Малая группа. Проблема развития группы.
27. Большие группы, их разновидности. Механизмы регулирования поведения человека в больших группах.
28. Основные положения социометрической теории.
29. Социометрия как эмпирическое исследование.
30. Классические эксперименты в социальной психологии.

**8.3.6. Ресурсы АПИМ УрФУ, СКУД УрФУ для проведения тестового контроля в рамках текущей и промежуточной аттестации**

Не предусмотрено

**8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля**

Не предусмотрено

**8.3.8. Интернет-тренажеры**

Не предусмотрено

**8.3.9.....***[указать иные наименования оценочных средств, не представленных в списке].*