

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

_____ С.Т. Князев
«__» _____ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Проектирование и анализ массовых коммуникаций

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Модуль: Проектирование и анализ массовых коммуникаций	Код модуля 1132965
Образовательная программа: Проектирование и экспертиза социальных изменений	Код ОП 39.04.01/04.02
Направление подготовки: Социология	Код направления и уровня подготовки 39.04.01
Уровень подготовки: Магистратура	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: от 30.03.2015 № 326

Екатеринбург, 2016

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Вершинин С.Е.	Профессор, д. филос. н	Профессор	Прикладной социологии	
2	Мокерова Ю.В.	к. соц. н	Доцент кафедры	Прикладной социологии	
3	Пименова О.И.	к. соц. н	Доцент кафедры	Прикладной социологии	

Руководитель модуля

Ю.В. Мокерова

Рекомендовано учебно-методическим советом Института социальных и политических наук

Председатель учебно-методического совета

Черепанова Е.С.

Протокол № 33.00-08/44 от 25.04.2016 г.

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Руководитель ОП

Рыбакова О.В.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЕ И АНАЛИЗ

МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

1.1. Объем модуля, 9 з.е.

1.2. Аннотация содержания модуля

Модуль находится в вариативной части ВУЗа в общей структуре учебного плана.

Модуль предназначен для формирования компетенций, связанных с пониманием сущности и специфики процессов формирования и управления современными массовыми коммуникациями, способов их изучения социологическими методами. В результате освоения модуля магистрант будет знать основы и принципы анализа процессов развития и управления массовыми коммуникациями, современные средства их формирования, методы прогнозирования изменений, осуществления экспертизы их целей, методов осуществления и возможных результатов; а также будет уметь осуществлять выбор специфических инструментов организации массовой коммуникации для организации процесса взаимодействия различных субъектов социальной сферы и их целевых аудиторий с учетом специфики и закономерностей формирования общественного мнения в этих аудиториях, особенностей распространения информации в современной городской среде, получит навыки разработки конкретных проектов и программ, направленных на управление массовыми коммуникациями в социальных процессах и общественных преобразованиях.

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) Массовая коммуникация и Интернет	1	10	24		34	70	Зачет, 4	108	3
2.	(ВВ) Межкультурная коммуникация в меняющемся мире	1	18	16		34	70	Зачет, 4	108	3
3.	(ВВ) Управление маркетингом в социальной сфере	2	10	24		34	56	Экзамен, 18	108	3
Всего на освоение модуля			38	64		102	196	26	324	9

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) Массовая коммуникация и Интернет	1	2	6	-	8	96	Зачет, 4	108	3
5.	(ВВ) Межкультурная коммуникация в меняющемся мире	1	2	6	-	8	96	Зачет, 4	108	3
6.	(ВВ) Управление маркетингом в социальной сфере	1	2	6	-	8	82	Экзамен, 18	108	3
Всего на освоение модуля			6	18	-	24	274	26	324	9

3. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН

3.1.	Пререквизиты и в модуле	Постреквизиты: Управление маркетингом в социальной сфере
3.2.	Кореквизиты	Массовая коммуникация и интернет Межкультурная коммуникация в меняющемся мире

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
39.04.01/04.02	РО-01 – Анализировать, систематизировать и критически оценивать статику и динамику социальных процессов в рамках научно-исследовательской деятельности и интерпретировать результаты исследований с использованием объяснительных возможностей	способностью использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук (ОПК-2); способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей,

	<p>современной социологической теории</p>	<p>институтов и процессов, общественного мнения (ПК-1); способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий (ПК-2); способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами (ПК-5); способностью и готовностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности (ПК-8); способностью использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (ПК-9); исследовать взаимосвязь экономических, политических, социокультурных факторов, определяющих состояние и тенденции изменения городской среды (ДПК-1);</p>
<p>39.04.01/04.02</p>	<p>РО-03 – Самостоятельно разрабатывать в рамках производственно-прикладной деятельности методический инструментарий, нормативные документы, информационные материалы для исследования процессов в городской среде, аналитической и консалтинговой деятельности, а также разрабатывать и проводить исследования по диагностике, оценке организации различных социологических исследований городской среды</p>	<p>способностью использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук (ОПК-2); способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения (ПК-1); способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с</p>

		<p>использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий (ПК-2);</p> <p>способностью и готовностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности (ПК-8);</p> <p>способностью использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (ПК-9);</p> <p>способностью использовать углубленные специализированные теоретические знания, практические навыки и умения для организации научных и научно-прикладных исследований, учебного процесса, экспертной, аналитической и консалтинговой деятельности (в соответствии с профилем магистратуры) (ПК-11);</p>
39.04.01/04.02	<p>РО-06 – Осуществлять социологическую экспертизу проектов организации городской среды, программ, планов, нормативно-правовых актов, методических материалов. Принимать участие в их непосредственной разработке в рамках проектной деятельности.</p>	<p>способностью и готовностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности (ПК-8);</p> <p>разрабатывать проекты управленческих решений по совершенствованию городской среды, привлечения общественности для решения актуальных проблем городской среды (ДПК-3);</p>
39.04.01/04.02	<p>РО-07 – Распространять социологические знания, консультировать в рамках организационно-управленческой деятельности работников органов управления, предприятий, учреждений по организации и развитию городской среды</p>	<p>способностью и готовностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности (ПК-8);</p> <p>участвовать в организации деятельности по реализации программ развития городской среды (ДПК-4);</p>
39.04.01/04.02	<p>РО-08 – Разрабатывать в рамках организационно-управленческой деятельности методы управленческого воздействия на поведение представителей различных социальных общностей и оценку эффекта этих</p>	<p>способностью использовать углубленные специализированные теоретические знания, практические навыки и умения для организации научных и научно-прикладных исследований, учебного процесса, экспертной, аналитической и консалтинговой деятельности (в соответствии с профилем магистратуры) (ПК-11);</p> <p>способностью свободно пользоваться</p>

	воздействий	современными методами сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации (в соответствии с профилем магистратуры) для постановки и решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности (ПК-12); участвовать в организации деятельности по реализации программ развития городской среды (ДПК-4);
--	-------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.2. Распределение формирования компетенций по дисциплинам модуля

Дисциплины модуля		ОПК-2	ПК-1	ПК-2	ПК-5	ПК-8	ПК-9	ПК	ПК-12	ДПК-1	ДПК-3	ДПК-4
1	(ВВ) Массовая коммуникация и Интернет	*	*			*	*	*				
2	(ВВ) Межкультурная коммуникация в меняющемся мире				*	*				*	*	*
3	(ВВ) Управление маркетингом в социальной сфере			*	*	*			*	*	*	*

5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО МОДУЛЮ не предусмотрена

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 образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
С.Т. Князев
«__» _____ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Массовая коммуникация и интернет

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	Учетные данные
Модуль Проектирование и анализ массовых коммуникаций	Код модуля 1132965
Образовательная программа Проектирование и экспертиза социальных изменений	Код ОП 39.04.01/04.02
Направление подготовки «Социология»	Код направления и уровня подготовки 39.04.01
Уровень подготовки «Магистратура»	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: от 30.03.2015 № 326

Екатеринбург, 2016

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Пименова Ольга Игоревна	к. социол. н	доцент	прикладно й социологи и	

Руководитель модуля

Ю.В. Мокерова

Рекомендовано учебно-методическим советом Института социальных и политических наук

Председатель учебно-методического совета
Протокол № 33.00-08/44 от 25.04.2016 г.

Е.С. Черепанова

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Руководитель ОП

О.В. Рыбакова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ «МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ИНТЕРНЕТ»

1.1. Аннотация содержания дисциплины

Цель курса «Массовые коммуникации и интернет» состоит в формировании у слушателей современных знаний о сущности, моделях, социальных и психологических механизмах массовой коммуникации в условиях интернетизации и виртуализации общества, а также формирования базовых навыков анализа процессов в этой сфере. Слушатели курса научатся ориентироваться в многообразии ресурсов массовой коммуникации, планировать возможные эффекты их воздействия на аудиторию.

В рамках курса изучаются каналы средств массовой коммуникации, теоретические подходы к их анализу, особенности информирования и убеждения массовой аудитории; характеристика и проблематика массовых, интернет-коммуникаций, их влияние общественные процессы: коммерческий, маркетинговый, политический, протестный, образовательный, социализирующий, мировоззренческий потенциал интернета как актуального канала коммуникации (новостных сайтов, блогов, социальных сетей и др.), его роль в воспроизводстве человеческого капитала; анализируется феномен информационных войн, информации как нового вида «оружия».

1.2. Язык реализации программы – русский.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

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

способностью использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук (ОПК-2);

способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения (ПК-1);

способностью и готовностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности (ПК-8);

способностью использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (ПК-9);

способностью использовать углубленные специализированные теоретические знания, практические навыки и умения для организации научных и научно-прикладных исследований, учебного процесса, экспертной, аналитической и консалтинговой деятельности (в соответствии с профилем магистратуры) (ПК-11).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные каналы средств массовой коммуникации и теоретические подходы к их анализу;
- особенности информирования и убеждения массовой аудитории;
- характеристика и проблематика массовых, интернет-коммуникаций, их влияние общественные процессы

Уметь:

- использовать инструменты маркетингового, социологического анализа для исследований процессов и изменений в сфере массовых интернет-коммуникаций;

- разрабатывать программы исследования интернет-пространства и интернет аудиторий;

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

- навыками планирования социальных проектов на базе интернет-технологии;
- навыками проведения аудита интернет-коммуникаций компаний социальной сферы;
- навыками сбора маркетинговой информации о социальной среде.

1.4. Объем дисциплины

Очная форма

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

Заочная форма

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	1		
1.	Аудиторные занятия	8	8	8		
2.	Лекции	2	2	2		
3.	Практические занятия	6	6	6		
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	96	1,20			
6.	Промежуточная аттестация	4	0,25	4 (3)		
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	9,45	108		
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3		

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины	Содержание
P1	Массовые коммуникации как базовый процесс современного общества	
P1T1	Феномен массовых коммуникаций	Структура и особенности массовых коммуникаций. Функции в обществе
P1T2	Массовая аудитория как потребитель информации	Зарубежные и отечественные подходы к исследованию аудитории СМК. Понятие массы и массового общества. Феномен индивидуализированного общества и активной аудитории как продукта интернет-коммуникаций. Характеристика российской аудитории СМК: специфика

		становления и функционирования, особенности базовых потребностей в информации
P1T3	Видо-типологическое многообразие системы средств массовой коммуникации	Многообразие оснований для классификации СМИ. Особенности TV-контента и потенциал его влияния на аудиторию (новости, ток-шоу, юмористические шоу, телевизионные игры, фильмы, сериалы, и т.д.: отечественная и зарубежная практика). Интернет как глобальное средство массовой коммуникации, уникальные возможности и особенности интернет-информирования, виды интернет-ресурсов (новостные сайты, блоги, социальные сети и т.д.). Гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность как новая характеристика коммуникации.
P2	Основы теорий массовой коммуникации	
P2T4	Эволюция теорий о влиянии СМК на общество	Теории ограниченного влияния СМИ. Теории активной аудитории СМИ. Теории и концепции пропаганды. Манипуляция как средство осуществления пропаганды. Основные манипулятивные технологии в системе СМК. Техники формирования доверия и привязанности к коммуникатору.
P2T5	Теоретические концепции интернет-коммуникации	Теоретический анализ интернета как социального феномена. Социологические основания возникновения теорий социальных сетей. Социальные сети в теориях информационного общества. Теория шести рукопожатий. Акторно-сетевая теория Б. Латура и Дж. Лоу. Феномен «силы слабых связей» (М. Грановеттер).
P2T6	Теория формирования повестки дня	Теоретические основы концепции «установления повестки дня». Специфика функционирования «повестки дня». Новости как средство установления повестки дня. Технологии создания новостных сообщений. Специфика интернет-новостей на специализированных сайтах и в социальных сетях
P3	СМК и современное общество	
P3T7	Функциональное значение СМК в политической сфере общества	Специфический характер системы массовой коммуникации в обществах различного политического устройства. Роль СМК в экспансии государственной идеологии, создания имиджа власти, а также в актуализации революционных настроений в обществе. Интернет как четвертая власть и институт гражданского общества. Информация как оружие. Информационные войны как новый формат политического противодействия. Практика ведения информационных войн в современном мире. Проблема информационной безопасности.
P3T8	Маркетинговый потенциал интернета и социальных сетей	Интернет-маркетинг как форма коммуникации, ее особенности в условиях индивидуализации потребительского спроса. Концепция формирования и продвижения бренда в виртуальной среде. Основные способы продвижения в социальных сетях: реальная практика в России и в мире.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

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

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Лабораторные работы

«не предусмотрено»

4.2. Практические занятия

4.3. Очная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1T2	1	Массовая аудитория как потребитель информации	2
P1T3	2	Видо-типологическое многообразие системы средств массовой коммуникации	2
P1T3	3	Интернет как глобальное средство массовой коммуникации	2
P2T4	4	Теории и концепции пропаганды	2
P2T5	5,6	Теоретические концепции интернет-коммуникации	4
P2T6	7,	Новости как средство формирования повестки дня	2
P3T7	8	Роль СМК в экспансии государственной идеологии	2
P3T7	9	Информационные войны как новый формат политического и международного противодействия	2
P3T8	10,11,12	Маркетинговый потенциал интернета и социальных сетей	6
Всего:			24

Заочная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P2T4	1	Теории и концепции пропаганды. Теоретические концепции интернет-коммуникации	2
P3T7	2	Информационные войны как новый формат политического и международного противодействия	2
P3T8	3	Маркетинговый потенциал интернета и социальных сетей	2
Всего:			6

4.3. Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

- Маркетинг в социальных сетях: проект продвижения
- Повестки российских федеральных телеканалов и информационных интернет-сайтов: сравнительный анализ.
- Продвижение товаров и услуг в интернет
- Потребительское поведение в интернет
- Блоги и их аудитория

4.3.2. Примерный перечень тем графических работ

«не предусмотрено»

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

Городская архитектура как средство массовой коммуникации

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

Теории массовой коммуникации

4.3.9. Примерная тематика коллоквиумов

Социологический анализ эффективности публичных коммуникаций (на конкретных примерах выступлений политиков, государственных и общественных деятелей, лидеров общественного мнения).

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. Каменева, В. А. Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие / В.А. Каменева. — Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013 .— 168 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504>>.
2. Ковтун, Н. В. Эстетическая и массовая коммуникация: вопросы теории и практики / Ковтун Н.В., Анисимова Е.Е. — Москва: ФЛИНТА, 2014. [Электронный ресурс]. URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=72762>.
3. Котов, В. Д. Кросс-культурные процессы и массовая коммуникация / В.Д. Котов .— Москва : Лаборатория книги, 2012. — 98 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140549>>.

4. Шарков, Ф. И. Коммуникология : коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков .— Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 .— 407 с. —URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453046>.

9.1.2.Дополнительная литература

4. Бакулев Г. П. Нормативные теории массовой коммуникации [Электронный ресурс] // Социс. 2005. №1. Режим доступа: http://ecsocman.edu.ru/data/243/797/1231/012_bakulev_Sotsiologiya_massovyh_kommunikatsij.pdf
5. Гапоненко А. Л. Факторы эффективности убеждения [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2007/12/25/factory_jeffektivnosti_ubezhdenija.html
6. Дзялошинский И. М. СМИ и общественные институты: перспективы взаимодействия [Электронный ресурс] // Медиаскоп : электронный журн. – 2008. – №2. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/223>
7. Журан Е.А. Интернет-маркетинг как инструмент для продвижения сайта // Экономика: реалии времени. 2013. №1(6). URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-marketing-kak-instrument-dlya-prodvizheniya-sayta>
8. Кастелльс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/kastels_inform/
9. Колодий Н. А. Социология массовой коммуникации. Электронные лекции [Электронный ресурс] / Томский политехнический ун-т, 2009. – Режим доступа: <http://ctl.tpu.ru/files/socmk1.pdf>
10. Кондратов А.И. Коммуникации в системе международных отношений [Электронный ресурс] // Армия и общество. – 2011. - №1(25). – С. 85-90. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsii-v-sisteme-mezhdunarodnyh-otnosheniy> (дата обращения 02.07.2014).
11. Конечкая В. П. Социология коммуникаций: Учеб. - М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. – 304 с. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/koneck/index.php
12. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко ; Рос. гос. торг.-экон. ун-т .— М. : Юрайт, 2013. — 468 с.
13. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для бакалавров / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко ; Рос. гос. торг.-экон. ун-т. — М. : Юрайт, 2012. — 415 с.
14. Основы теории коммуникации: [учеб. пособие для вузов] / О. Л. Гнатюк .— М. : КНОРУС, 2010 .— 255 с. https://kartaslov.ru/%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8/%D0%93%D0%BD%D0%B0%D1%82%D1%8E%D0%BA_%D0%9E_%D0%9B_%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%8B_%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B8_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8/2
15. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, П. Даулинг, Б. Тейлор, Д. Тестерман ; [пер. с англ. М. Степановой, А. Шмалько-Затицацкого, Е. Горного ; ред. пер. и авт. предисл. А. Себрант] .— М. : Альпина Паблишер, 2003 .— 640 с.
16. Уханов Е.В. Облачная идентификация в сетевых коммуникациях [Электронный ресурс] // Аналитика культурологии. – 2012. - №22. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/oblachnaya-identifikatsiya-v-setevyh-kommunikatsiyah> (дата обращения 02.07.2014).
17. Чамкин А.С. Системность коммуникации. Социологический подход // Системная психология и социология. 2010. Т.1. №1. [Электронный ресурс]. URL: http://systempsychology.ru/journal/n_1_2010/9-chamkin-as-sistemnost-kommunikacii-sociologicheskij-podxod.html

18. Чубик А.П. Тотальность коммуникации [Электронный ресурс] // Известия Томского политехнического университета. – 2012. - №6. – Т.321. – С. 144-147. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/totalnost-kommunikatsii> (дата обращения 02.07.2014).
19. Чудинов А.П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации [Электронный ресурс] // Политическая лингвистика. – 2012. - №2. – С. 53-59. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-harakteristiki-politicheskoy-kommunikatsii> (дата обращения 02.07.2014).
20. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс]. URL: http://iub.at.ua/_ld/0/61_...pdf
21. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции : учебник для студентов вузов / А. В. Юрасов .— Москва : Горячая линия - Телеком, 2008 .— 480 с.

9.2 Методические разработки

не используются.

9.3. Программное обеспечение

WINDOWS XP

MICROSOFT OFFICE

ADOBE READER

INTERNET EXPLORER

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Библиотека учебной и научной литературы // Режим доступа: <http://sbiblio.com/biblio/>.
2. Научная электронная библиотека «Киберленинка» // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/>.
3. Научная электронная библиотека диссертаций и авторефератов // Режим доступа: <http://www.dissercat.com/>.
4. Учреждение Российской академии наук Институт социологии РАН // Режим доступа: <http://www.isras.ru/Sociologicalmagazine.html>
5. Федеральный образовательный портал ЭСМ // Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
6. Атлас СМИ // Режим доступа: <http://www.mediageo.ru/>
7. «Медиаскоп» электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова // Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>.
8. Журнал «Логос» // Режим доступа: http://www.prognosis.ru/about_logos.html.

9.5. Электронные образовательные ресурсы

Не используются

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

Аудитория 315 – компьютерный класс.

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 – 3, в том числе, коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены – не предусмотрены.

6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,4		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Посещение лекций (5)	I – 1,4,8,11	10
Контрольная работа	I – 15	60
Коллоквиум	I – 11	30
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,4		
Промежуточная аттестация по лекциям -зачет.		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0,6		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,6		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Посещение и участие в работе семинарских занятий (12)	I – 2,3 5-7, 9,10, 12-14, 16-18	36
Домашняя работа №1	I – 7	20
Домашняя работа №2	I – 14	20
Написание эссе	I – 16	24
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрены.		

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

6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины

Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина	Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре
Семестр 1	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
Знания	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.
Умения	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)
Личностные качества	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 предусмотрены.

8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета

1. Структура и особенности массовых коммуникаций. Функции в обществе
2. Зарубежные и отечественные подходы к исследованию аудитории СМК.
3. Понятие массы и массового общества.
4. Феномен индивидуализированного общества и активной аудитории как продукта интернет-коммуникаций.
5. Характеристика российской аудитории СМК: специфика становления и функционирования, особенности базовых потребностей в информации
6. Многообразие оснований для классификации СМИ.
7. Особенности ТВ-контента и потенциал его влияния на аудиторию (новости, ток-шоу, юмористические шоу, телевизионные игры, фильмы, сериалы, и т.д.: отечественная и зарубежная практика).
8. Интернет как глобальное средство массовой коммуникации, уникальные возможности и особенности интернет-информирования
9. Виды интернет-ресурсов (новостные сайты, блоги, социальные сети и т.д.).
10. Гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность как новая характеристика интернет-коммуникации.
11. Теории ограниченного влияния СМИ.
12. Теории активной аудитории СМИ.
13. Теории и концепции пропаганды.
14. Манипуляция как средство осуществления пропаганды.
15. Основные манипулятивные технологии в системе СМК.
16. Техники формирования доверия и привязанности к коммуникатору в условиях массовой коммуникации.
17. Социологические основания возникновения теорий социальных сетей.
18. Социальные сети в теориях информационного общества. Теория шести рукопожатий. Акторно-сетевая теория Б. Латура и Дж. Лоу. Феномен «силы слабых связей» (М. Грановеттер).
19. Теоретические основы концепции «установления повестки дня».
20. Новости как средство установления повестки дня.
21. Технологии создания новостных сообщений.
22. Специфика интернет-новостей на специализированных сайтах и в социальных сетях
23. Специфический характер системы массовой коммуникации в обществах различного политического устройства.
24. Роль СМК в экспансии государственной идеологии, создания имиджа власти, а также в актуализации революционных настроений в обществе.
25. Интернет как четвертая власть и институт гражданского общества.
26. Информационные войны как новый формат политического противодействия.
27. Практика ведения информационных войн в современном мире.
28. Проблема информационной безопасности.
29. Интернет-маркетинг как форма коммуникации, ее особенности в условиях индивидуализации потребительского спроса.
30. Концепция формирования и продвижения бренда в виртуальной среде.
31. Основные способы продвижения в социальных сетях: реальная практика в России и в мире.

8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена

«не предусмотрено»

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

«не используются»

8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля

«не используются»

8.3.8. Интернет-тренажеры

не используются

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
С.Т. Князев
«__» _____ 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Межкультурная коммуникация в меняющемся мире

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	Учетные данные
Модуль Проектирование и анализ массовых коммуникаций	Код модуля 1132965
Образовательная программа Проектирование и экспертиза социальных изменений	Код ОП 39.04.01/04.02
Направление подготовки «Социология»	Код направления и уровня подготовки 39.04.01
Уровень подготовки Магистратура	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: от 30.03.2015 № 326

Екатеринбург, 2016

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Вершинин Сергей Евгеньевич	Д. филос.н, профессор	Профессор	Прикладной социологии	

Руководитель модуля

Ю.В. Мокерова

Рекомендовано учебно-методическим советом Института социальных и политических наук

Председатель учебно-методического совета
Протокол № 33.00-08/44 от 25.04.2016 г.

Е.С. Черепанова

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Руководитель ОП

О.В. Рыбакова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

1.1. Аннотация содержания дисциплины

Студент, завершивший обучение по дисциплине «Межкультурная коммуникация в меняющемся мире», сможет совершенствовать и развивать общекультурные и профессиональные компетенции, определенные ФГОС, свой интеллектуальный и общекультурный уровень, успешно осваивать другие курсы базовой и вариативной части профессионального цикла, решать задачи, связанные с участием в организации и проведением эмпирических исследований по конкретным проблемам современного общества. Ее освоение необходимо для усвоения и практического применения знаний, усвоенных при изучении дисциплин базовой и вариативной частей.

1.2. Язык реализации программы - русский

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Результатом освоения дисциплины является формирование у студента следующих компетенций:

- способность составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами (ПК 5)
- способность и готовность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности (ПК 8)
- исследовать взаимосвязь экономических, политических, этнокультурных факторов, определяющих состояние и тенденции изменения городской среды (ДПК 1)
- разрабатывать проекты управленческих решений по совершенствованию межэтнического ландшафта городской среды, привлечения общественности национально-культурных автономий для решения актуальных проблем городской среды (ДПК 3)
- участвовать в организации деятельности по реализации программ развития городской среды (ДПК 4)

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- фундаментальную структуру социологической теории, ее основные категории, подходы и проблемы, а также вспомогательные ключевые понятия, такие как межкультурная коммуникация, межстрановая миграция, идентичность, формальные и неформальные социальные институты, социокультурное взаимодействие;
- основные принципы этнокультурной политики;
- технологии адаптации к чужим культурам в условиях городской среды и в конкретных социально-экономических условиях.

Уметь:

- применять полученные знания, умения и навыки для теоретического анализа основных проблем межкультурной коммуникации;
- находить оптимальные варианты решения проблем соединения интересов различных этносоциальных групп, проживающих в городской среде;

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

- способностью профессионально оформлять и докладывать результаты научных и практических работ по утвержденным формам.
- навыками преодоления культурных лакун в процессе межкультурной коммуникации в городской среде.

1.4.Объем дисциплины

ОЧНАЯ ФОРМА

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	1		
1.	Аудиторные занятия	34	34	34		
2.	Лекции	18	18	18		
3.	Практические занятия	16	16	16		
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	70	5,10	70		
6.	Промежуточная аттестация	4	0,25	4 (3)		
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	39,35	108		
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3		

ЗАОЧНАЯ ФОРМА

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	1		
1.	Аудиторные занятия	8	8	8		
2.	Лекции	2	2	2		
3.	Практические занятия	6	6	6		
4.	Лабораторные работы	-	-			
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	96	1,2			
6.	Промежуточная аттестация	4	0,25	4 (3)		
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	9,45	100		
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3		

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины	Содержание
Р1	<i>Раздел I. Культурное своеобразие и идентичность</i>	“Свое” и “чужое” в теории культуры М.М. Бахтина. Культурная идентичность – статический и динамический аспекты. Этноцентризм как культурный феномен. Кризисы в обществе и их влияние на культурную идентичность. Феномен внутренней культурной эмиграции. Проблема “негативной идентичности” постсоветского общества. Концепция социальной дистанции Э. Богардуса. Социокультурные лакуны (коммуникативно-поведенческие, психологические,

		этнографические). Акустические и визуальные характеристики культуры. Проблема сосуществования культур в историческом пространстве и времени . Проблемы развития мультикультурного общества в современной Европе и России.
P2	Раздел 2. Виды межкультурной коммуникации	Теории межкультурной коммуникации Э. Холла, Г. Хофштеде, Ф.Тромпенарса. Вербальная и невербальная коммуникация, их соотношение в различных культурах. Основные направления изучения невербальной коммуникации: сенсорика, проксемика, хронемика, кинесика, такесика. Виды аккультурации. Культурные барьеры. Культурный шок: причины, этапы развития, способы преодоления. Модель освоения чужой культуры М. Беннета. Нетерпимость и толерантность как основные стратегии межкультурного взаимодействия. Принципы саморефлексии, диалога, общественного обсуждения как предпосылки формирования толерантности. Межкультурная компетентность и ее аспекты: культурный, языковой, коммуникативный.

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 или семинар, семинар-конфер., коллоквиум	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного				Расчетно-графическая	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*
P 1	Культурное своеобразие и идентичность	50	16	8	8		34	8	1	7				2						2	1		Зачет Экзамен Интегрированный экзамен по модулю Проект по модулю		
P 2	Виды межкультурной коммуникации	54	18	10	8		36	8	1	7				2						2	1				
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	104	34	18	16		70	16	2	14				48	0	0	0	0	0	0	0	0			
	Всего по дисциплине (час.):	108	34				74	В том числе промежуточная аттестация:														4	0	0	0

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.)			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.)							
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие или семинар-конфер., коллоквиум	Всего (час.)	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностранном языке*	Перевод иноязычных литературных*				Курсовая работа*	Курсовой проект*					
P 1	Культурное своеобразие и идентичность	39	4	2	2	35	3	1	2				24								8	1		Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю		
P 2	Виды межкультурной коммуникации	65	4	0	4	61	5		5				48	2		2							8					1	
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	104	8	2	6	96	8	1	7	0	0	72	24	0	48	0	0	0	0	0	16	16	0					4	0
	Всего по дисциплине (час.):	108	8			100	В том числе промежуточная аттестация:																		4	0	0	0	

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	1,2,3,4	Культурная дистанция и ее параметры	8
P2	4,5	Проблема понимания в межкультурной коммуникации	4
P2	7,8	Особенности видов межкультурной коммуникации	4
Всего:			16

Заочная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
P1	1	Культурная дистанция и ее параметры	2
P2	2	Проблема понимания в межкультурной коммуникации	2
P2	3	Особенности видов межкультурной коммуникации	2
Всего:			6

4.3. Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

1. Феномен межкультурной коммуникации: история и современность.
2. Феномен внешней и внутренней эмиграции (на примере советской и постсоветской России).
3. Процессы миграции в постсоветском пространстве.

4.3.2. Примерный перечень тем графических работ - не предусмотрено

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

1. Глобализация культуры: противоречия и перспективы.
2. Культурная идентичность постсоветского человека.
3. Проблема культурной дистанции в современном мире.
4. Проблемы развития мультикультурного общества в современной Европе и США.
5. Проблема личностного и группового доверия в межкультурной коммуникации.
6. Межкультурные конфликты в современном российском обществе.
7. Влияние СМИ на процессы межкультурной коммуникации.
8. Образ России в зарубежных СМИ.
9. Герменевтика культуры: виды и способы понимания чужих культур.
10. Проблемы развития толерантности в постсоветском обществе.

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
 -Виды межкультурной коммуникации
 - Основные проблемы современной межкультурной коммуникации
- 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	*	*		*	*							

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. Гузикова, М. О. Основы теории межкультурной коммуникации : [учебное пособие] / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова ; М-во образования и науки РФ, Урал. федеральный ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, [Ин-т социальных и политических наук]. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2015. — 119 с.

2. Марков, В. И. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / В.И. Марков ; О.В. Ртищева .— Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016 .— 111 с. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472671>.
3. Рот, Ю. Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг : учебно-методическое пособие / Ю. Рот ; Г. Коптельцева .— Москва : Юнити-Дана, 2015 .— 223 с. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114542>.

9.1.2.Дополнительная литература

1. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен : учебное пособие / Н.М. Боголюбова ; Ю.В. Николаева .— Санкт-Петербург : Издательство «СПбКО», 2009 .— 416 с. —URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209858>.
2. Гейхман Л. К. , Ставцева И. В. Межкультурная коммуникация: реальное и виртуальное // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2016. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/mezhkulturnaia-kommunikatsiya-realnoe-i-virtualnoe>
3. Гришаева, Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации : [учеб. пособие для вузов] / Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова .— М. : Академия, 2006 .— 334 с.
4. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Межкультур. коммуникация" / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин; Под ред. А.П. Садохина .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002 .— 352 с.
5. Здравомыслов, А.Г . Немцы о русских на пороге нового тысячелетия : Беседы в Германии: 22 экспертных интервью с представителями немецкой интеллектуальной элиты о России - ее настоящем, прошлом и будущем - контент-анализ и комментарии / А. Г. Здравомыслов ; Ин-т комплексных соц. исслед. РАН; Гос. ун-т - Высш. шк. экономики .— М. : РОССПЭН, 2003 .— 544 с.
6. Каменева, В. А. Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие / В.А. Каменева. — Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013 .— 168 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232504>.
7. Кастелльс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/kastels_inform/
8. Котов, В. Д. Кросс-культурные процессы и массовая коммуникация / В.Д. Котов .— Москва : Лаборатория книги, 2012. — 98 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140549>.
9. Леонтович, О.А. Методы коммуникативных исследований / О. А. Леонтович .— Москва : ГНОЗИС, 2011 .— 221 с.
10. Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учебное пособие / Т.Н. Персикова .— Москва : Логос, 2008 .— 114 с. —URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84788>.

9.2.Методические разработки - не используются

9.3.Программное обеспечение - не используется

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

<http://www.fms.gov.ru/> Федеральная миграционная служба

<http://demoscope.ru> Демографический еженедельник Центра демографии и экологии человека РАН «Демоскоп Weekly»

<http://dmo.econ.msu.ru/demografia> Демография России и Российской империи» Сайт Центра по изучению проблем народонаселения Экономического факультета МГУ им. Ломоносова

<http://esa.un.org/undp> (United Nation Population Information Network – официальный демографический сайт ООН

www.gks.ru Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ
<http://www.antirasizm.ru/> Московское бюро по правам человека
<http://www.iea.ras.ru> Институт этнологии и антропологии РАН
<http://www.ethnos.nw.ru> Этнография народов России.
<http://www.cbook.ru/peoples/index/welcome.shtml> Народы и религии мира

9.5. Электронные образовательные ресурсы - не используются

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

Учебные аудитории, 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 предусмотрены.

6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,6		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Посещение лекций (10)	I, 1-9	18
Домашняя работа № 1	I, 5	32
Подготовка Реферата по списку тем	I, 15	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,4		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,6		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,4		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Посещение семинарских занятий (24)	I, 9-17	8
Участие в работе на семинарском занятии	I, 9-17	8
Выполнение контрольной работы № 1	I, 5	24
Выполнение контрольной работы № 2	I, 16	20
Подготовка эссе №1	I, 3	15
Подготовка эссе №2	I, 12	15
Подготовка эссе №3	I, 15	10
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – 0		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0		

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

6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины

Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина	Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре
Семестр 1	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
Знания	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.
Умения	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)
Личностные качества	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 темам текущей 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. Понятие культуры: плюрализм методологических подходов.
2. Культурные нормы и ценности.
3. Социализация индивидов и групп в межкультурной коммуникации.
4. Культура как язык.
5. Культурная идентичность и ее формы.
6. Этноцентризм и формы его проявления в культуре.
7. Феномен культурной дистанции.
8. Языковые лакуны.
9. Культурные лакуны.
10. Теория высоко–и низкоконтекстуальных культур Э. Холла.
11. Теория культурных измерений Г.Хофштеде.
12. Культурный шок и этапы его развития.
13. Виды аккультурации.
14. Межличностная аттракция в межкультурном взаимодействии.
15. Невербальная коммуникация и ее основные формы.
16. Атрибуция в межкультурной коммуникации.
17. Акустические характеристики чужой культуры.
18. Предрассудки и стереотипы в межкультурном взаимодействии.
19. Ксенофобия в условиях глобализации: формы и тенденции развития.
20. Межкультурные конфликты и способы их регулирования.
21. Межкультурная компетентность и пути ее формирования.
22. Проблемы развития толерантности в мультикультурном обществе.

8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена - не предусмотрено

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

8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля - не используется

8.3.8. Интернет-тренажеры - не используется

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
С.Т. Князев
«__» _____ 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	Учетные данные
Модуль Проектирование и анализ массовых коммуникаций	Код модуля 1132965
Образовательная программа Проектирование и экспертиза социальных изменений	Код ОП 39.04.01/04.02
Направление подготовки «Социология»	Код направления и уровня подготовки 39.04.01
Уровень подготовки Магистратура	
ФГОС ВО	Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО: от 30.03.2015 № 326

Екатеринбург, 2016

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра	Подпись
1	Мокерова Юлия Викторовна	Кандидат социологических наук	доцент	прикладной социологии	

Руководитель модуля

Ю.В. Мокерова

Рекомендовано учебно-методическим советом Института социальных и политических наук

Председатель учебно-методического совета
Протокол № 33.00-08/44 от 25.04.2016 г.

Е.С. Черепанова

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Руководитель ОП

О.В. Рыбакова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

1.1. Аннотация содержания дисциплины

Дисциплина рассчитана на студентов 1 курса магистратуры по программе «Проектирование и экспертиза социальных изменений». Курс является частью профессионального блока вариативной части дисциплин модуля «Проектирование и анализ маркетинговых коммуникаций» (М.1.4).

Освоение данной дисциплины предполагает формирование знаний об инструментах и принципах управления маркетингом на предприятиях социальной сферы. Студенты знакомятся со спецификой маркетинга в социальной сфере, социально-маркетинговой деятельности некоммерческих организаций, принципами маркетинговой деятельности в некоммерческой сфере, образовании, культуре, здравоохранении, в спорте.

Усвоение учебного материала предполагает уже имеющийся определенный уровень теоретической, методической и методологической подготовки студентов, а именно, для овладения материалами данного курса необходимы знания и навыки, приобретенные в ходе изучения следующих дисциплин: «Массовая коммуникация и интернет», «Маркетинг», «Микро- и макроэкономика». Также освоение знаний и навыков, определенных данной дисциплиной будут способствовать более глубокому изучению и пониманию таких предметов, как «Коммуникации в маркетинге», «Маркетинг и социальная экспертиза территорий», «Городское развитие: проектирование и экспертиза».

Для освоения данной дисциплины предусмотрено активное использование принципов проектного обучения, анализ существующих кейсов. В ходе изучения основных разделов курса студенты знакомятся с самыми современными и актуальными разработками в области социального маркетинга и управления этой сферой на коммерческих и некоммерческих предприятиях. Для реализации ряда практических занятий и вопросов привлекаются эксперты-практики.

1.2. Язык реализации программы - русский

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Результатом освоения дисциплины является формирование у студента следующих компетенций:

способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий (ПК-2);

способностью составлять и представлять проекты научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами (ПК-5);

способностью и готовностью использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности (ПК-8);

исследовать взаимосвязь экономических, политических, социокультурных факторов, определяющих состояние и тенденции изменения городской среды (ДПК-1);

разрабатывать проекты управленческих решений по совершенствованию городской среды, привлечения общественности для решения актуальных проблем городской среды (ДПК-3);

участвовать в организации деятельности по реализации программ развития городской среды (ДПК-4);

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия маркетинга в социальной сфере, специфику применения общих инструментов маркетинга в социальной сфере;
- понятия «социальной ответственности и компетентности», специфику технологии маркетинга в социальной сфере;
- факторы маркетинговой среды и их классификацию для предприятий социальной сферы и муниципальных служб;
- состав и содержание комплекса социального маркетинга;
- современный опыт реализации маркетинговых программ в социальной сфере;

- методы, алгоритмы и инструменты маркетинга социальной сферы;
- принципы построения работы подразделений (специалистов) по маркетингу на предприятиях социальной сферы;
- стратегию социальной ответственности и технологии социального партнерства.

Уметь:

- применять на практике методы маркетингового анализа, использовать полученные данные для принятия управленческих решений на предприятиях социальной сферы и муниципальных службах;
- реализовывать стратегию и программы социальной ответственности и партнерства;
- разрабатывать маркетинговые программы предприятий социальной сферы; планировать коммуникационную политику и мероприятия;
- разрабатывать программы стимулирования продаж и популярности социальных продуктов.

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

- навыками планирования социальных проектов на базе технологий сбора и анализа маркетинговой информации;
- навыками проведения аудита системы управления маркетингом в социальной сфере;
- навыками сбора маркетинговой информации о социальной среде.

1.4. Объем дисциплины

Очная форма

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)*	2		
1.	Аудиторные занятия	34	34	34		
2.	Лекции	10	10	10		
3.	Практические занятия	24	24	24		
4.	Лабораторные работы					
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	56	5,10	56		
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	18 (Э)		
7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	41,43	108		
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3		

ЗАОЧНАЯ ФОРМА

№ п/п	Виды учебной работы	Объем дисциплины		Распределение объема дисциплины по семестрам (час.)		
		Всего часов	В т.ч. контактная работа (час.)	1		
1.	Аудиторные занятия	8	8	8		
2.	Лекции	2	2	2		
3.	Практические занятия	6	6	6		
4.	Лабораторные работы					
5.	Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	82	1,20	82		
6.	Промежуточная аттестация	18	2,33	18 (Э)		

7.	Общий объем по учебному плану, час.	108	11,53	108		
8.	Общий объем по учебному плану, з.е.	3		3		

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины	Содержание
P1	Сущность и содержание маркетинга на предприятиях социальной сферы.	Место маркетинговой деятельности на предприятиях социальной направленности: функции, цели и задачи. Система управления маркетинговой информацией компании: разработка принципов и направлений сбора и анализа информации. Организация и презентация результатов маркетинговых исследований. Инициация и реализация инноваций. Управление клиентскими/партнерскими базами: от сегментации к внедрения маркетинговых программ. Выбор и динамика целевых сегментов. Новые роли и вызовы маркетинга: поддержка и сопровождение контактных служб. Формирование и управление бюджета на маркетинг.
P2	Управление маркетинговыми структурами на предприятиях социальной сферы	Специфика организации маркетинговой деятельности на предприятиях социальной сферы. Типы организации маркетинговых служб на современных предприятиях социальной сферы: организация службы по территориальным признакам; организация службы по управлению продуктами; функциональная организация службы маркетинга; сегментная организация службы маркетинга; смешанные формы организации службы.
P3	Социальная ответственность и доверие	Социальная ответственность и доверие: сущность и содержание. Социально-значимые проекты и программы. Инструменты реализации и способы оценки социальных программ. CRM.
P4	Маркетинговые коммуникации в социальной сфере	Особенности публичной коммуникации предприятий социальной сферы. Сущность и эффективность социальной рекламы. Виды социальной рекламы. Средства распространения социальной рекламы. Содержание и формы социальной рекламы. PR в социальной сфере. Комплекс ИМК в социальной сфере. Законодательные и этические основы деятельности в организации комплекса ИМК в социальной сфере.

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																						
		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 иностр. языке*	Перевод инояз. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*				Всего (час.)	Контрольная работа*	Коллоквиум*		
P1	Сущность и содержание маркетинга на предприятиях социальной сферы.	16	8	2	6	0	8	8	1	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Зачет Экзамен Интегрированный экзамен по модулю Проект по модулю		
P2	Управление маркетинговыми структурами на предприятиях социальной сферы	26	10	4	6	0	16	8	1	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
P3	Социальная ответственность и доверие	24	8	2	6	0	16	8	1	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
P4	Маркетинговые коммуникации в социальной сфере	24	8	2	6	0	16	8	1	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Всего (час), без учета промежуточной аттестации:		90	34	10	24	0	56	32	4	28	0	0	24	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
Всего по дисциплине (час.):		108	34				74	В т.ч. промежуточная аттестация																		0	18	0	0

																				Объем модуля (зач.ед.): 9		Объем дисциплины (зач.ед.): 3															
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.)			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.)														
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		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								
P 1	Сущность и содержание маркетинга на предприятиях социальной сферы.	24	2	0	2	22	10		10																												
P 2	Управление маркетинговыми структурами на предприятиях социальной сферы	15	1	1	0	14	2	2																													
P 3	Социальная ответственность и доверие	24	2	0	2	22	10		10																												
P 4	Маркетинговые коммуникации в социальной сфере	27	3	1	2	24	12	2	10																												
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации:	90	8	2	6	0	34	4	30	0	0	48	48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Всего по дисциплине (час.):	108	8			100	В т.ч. промежуточная аттестация																0	18	0	0											

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	1	Система управления маркетинговой информацией компании: разработка принципов и направлений сбора и анализа информации. Организация и презентация результатов маркетинговых исследований.	2
1	2	Маркетинговые исследования в социальной сфере: практика принятия управленческих решений. Инициация и реализация инноваций.	2
1	3	Инициация и реализация инноваций.	2
2	4	Типы организации маркетинговых служб на современных предприятиях социальной сферы.	2
2	5	Система межструктурного взаимодействия и управление маркетинговыми решениями на предприятиях социальной сферы.	2
2	6	Комплекс маркетинга	2
3	7	Социально-значимые проекты и программы: принципы и инструменты разработки.	2
3	8	Оценка эффективности социальных программ.	2
3	9	CRM – комплексы в социальной сфере.	2
4	10	Содержание и формы социальной рекламы	2
4	11	Комплекс ИМК в социальной сфере. Основные инструменты и каналы коммуникации. Интернет-коммуникации в социальной сфере	2
4	12	Методы оценки эффективности социальных коммуникационных программ и мероприятий.	2
Всего:			24

Заочная форма обучения

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
1	1	Система управления маркетинговой информацией компании: разработка принципов и направлений сбора и анализа информации. Организация и презентация результатов исследований.	1
1	2	Инициация и реализация инноваций.	1
3	3	Оценка эффективности социальных программ.	1
3	4	CRM – комплексы в социальной сфере.	1
4	5	Содержание и формы социальной рекламы	1
4	6	Комплекс ИМК в социальной сфере. Основные инструменты и каналы коммуникации. Интернет-коммуникации в социальной сфере	1
Всего:			6

4.3. Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ:

1. Провести анализ маркетинговой составляющей социальной программы выбранной сферы, предприятия (на базе реально существующих кейсов, выбранных предприятий).
2. Разработка структуры маркетинговой службы на выбранном предприятии социальной сферы. Формирование положения об отделе (службе).
3. Оценить эффективность программы социальной ответственности (на примерах существующих программ, компаний).
4. Разработка рекламной кампании социальной программы, мероприятия.

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

не предусмотрено

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. Бун, Л. Современный маркетинг. Учебник [Электронный ресурс] / Бун Л. — М. : Юнити-Дана, 2012. — 1040 с. — URL: <http://www.biblioclub.ru/book/118139/>.
2. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / 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.
3. Новаторов В. Е. Социально-культурный маркетинг: история, теория, технология : учебное пособие / В. Е. Новаторов .— Санкт-Петербург ; Москва ; Краснодар : Лань : Планета музыки, 2015 .— 381 с.
4. Франц В.А. Управление общественным мнением : учебное пособие / В. А. Франц ; М-во образования и науки РФ, Урал. федеральный ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, [Ин-т государственного управления и предпринимательства] .— Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016 .

9.1.2.Дополнительная литература

1. Алексунин В. А. Маркетинг : учебник / В.А. Алексунин. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 .— 200 с. —URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453412>.
2. Афонасова М. А. Маркетинг : учебное пособие / М.А. Афонасова .— Томск : ТУСУР, 2015 .— 106 с. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480577>.
3. Белоусова, Л. А. Маркетинг в социальной сфере : учебно-методическое пособие / Л.А. Белоусова .— Екатеринбург : ГОУ ВПО «Уральский государственный технический университет Г УПИ», 2005 .— 53 с. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39349>.
4. Блюм М. А. Маркетинг рекламы : учебное пособие / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова .— Москва : ФОРУМ, 2014 .— 142 с.
5. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования : учебник для магистров / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т .— М. : Юрайт, 2012 .— 540 с.
6. Годин А. М. Маркетинг : учебник / А.М. Годин. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 .— 656 с. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>.
7. Девлетов, О. У. Международный маркетинг : учебное пособие / О.У. Девлетов .— М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015 .— 377 с. —URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429412>
8. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Дробышева Л. А. — М. : Дашков и Ко, 2012. — 150 с. — URL: <http://www.biblioclub.ru/book/115765/>
9. Иган, Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. Учебник [Электронный ресурс] / Иган Джон. — М. : Юнити-Дана, 2012. — 376 с. — URL: <http://www.biblioclub.ru/book/114710/>
10. Маркетинг : учебник для вузов / С. Божук, Л. Ковалик, Т. Маслова, Н. Розова, Т. Тэор. — СПб. [и др.] : Питер, 2012. — 448 с.
11. Минько Э. В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько ; Н.В. Карпова .— Москва : Юнити-Дана, 2015 .— 351 с. —URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>.

12. Минько, Э. В. Маркетинг. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Минько Э. В. — М. : Юнити-Дана, 2012. — 352 с. — URL: <http://www.biblioclub.ru/book/114714/>.
13. Рыжикова Т. Н. Аналитический маркетинг. Что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие для студентов вузов / Т. Н. Рыжикова .— Москва : ИНФРА-М, 2014 .— 287 с.
14. Сибрук Д. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры / Джон Сибрук ; [пер. с англ. В. Козлов] .— [Москва] : Ад Маргинем Пресс, 2015 .— 238 с.
15. Сеницына О. Н. Маркетинг : учебное пособие / О. Н. Сеницына. — Москва : Кнорус, 2014 .— 210 с.
16. Цахаев Р. К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев ; Т.В. Муртузалиева. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017 .— 550 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>

9.2.Методические разработки

не используются

9.3.Программное обеспечение

WINDOWS XP
MICROSOFT OFFICE
ADOBE READER
INTERNET EXPLORER

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
2. электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
3. справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
4. научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>
5. <http://surveys.over.net/method/literabc.html>
6. CASRO - Council of American Survey Research Organizations. <http://www.casro.org>
7. CreateSurvey™ Создавайте и используйте онлайн-опросы посетителей!
8. <http://www.rus.createsurvey.com/>
9. European Social Survey. URL: <<http://www.europeansocialsurvey.org>>
10. Frequently Asked Questions about Conducting Online Research "New Methodologies for Traditional Techniques" www.casro.org/faq/faq1099.htm
11. GVU The Graphics, Visualization & Usability Center
12. <http://www.cc.gatech.edu/gvu/>
13. <http://ir.hse.spb.ru/>
14. <http://www.ict.edu.ru/ft/003993/016.SHCHEGLOVA.pdf>
15. <http://www.ufr.com.ua/research.html>
16. MASMI Research Group [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://www.masmi.com/>. — Загл. с экрана. — Яз. Англ
17. MODALIS Research Technologies. <http://www.modalis.com>
18. Online the monitor [Электронный ресурс]: Отдел интернет-исследований МАСМИ (Россия). — Режим доступа : URL: <http://www.onlinemonitor.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
19. RУметрия [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://rumetrika.rambler.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
20. Social Science Information System based at the University of Amsterdam. URL:<<http://www.sociosite.net/index.php>>
21. Sociological Research Online
22. <http://www.socresonline.org.uk/>
23. SOCNET.ru: современная российская социология в Сети [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://socnet.narod.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
24. Socratic Web Demo Survey
25. <http://www.sotech.com/demo3/default.asp>
26. The Library of Congress Online Catalog. URL: <<http://catalog.loc.gov/>>
27. WWW Virtual Library: Sociology. URL: <<http://socserv2.mcmaster.ca/w3virtsoelib/>>
28. www.omnirussia.ru
29. Аналитическое агентство Gallup Media [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://www.gallup.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
30. Аналитическое агентство Monitoring.Ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <http://www.monitoring.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
31. Аналитическое агентство КОМКОН-2 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://www.comcon-2.com/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
32. Ассоциация научных и учебных организаций-пользователей компьютерных сетей передачи данных — RELARN [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://www.relarn.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
33. База актуальных статей, посвященных вопросам организации и проведения онлайн исследований - http://r-trends.ru/investigations/online/online_287.html
34. Библиографические базы данных ИНИОН по социальным и гуманитарным наукам. URL:<<http://www.inion.ru/index6.php>>
35. Бюро переписи США. URL: <http://www.census.gov/ipc/www/idb/>
36. Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://www.wciom.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
37. Единый архив социологических данных «СОФИСТ». URL: <http://sofist.socpol.ru/>
38. Единый электронный каталог РГБ URL: <<http://aleph.rsl.ru/>>
39. Институт научной информации по общественным наукам РАН [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://www.union.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
40. 33. Инструмент создания опросов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL:

- <http://www.poll4all.ru>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
41. Интернет-опрос [Электронный ресурс] : Проект российской независимой исследовательской компании КОМКОН. — Режим доступа : <http://www.internetopros.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
 42. Министерство общего и профессионального образования РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://www.informika.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
 43. Научный журнал «Социологические исследования». URL:<http://www.isras.ru/index.php?page_id=32>
 44. Парадигма: сетевой клуб социологов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL: <http://sociology.extrim.ru/>. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
 45. Программа «Поколение и гендер» (Generations and Gender Program) URL:<http://www.unesco.org/pau/ggp/Welcome.html>
 46. Проект «Электронная библиотека диссертаций» URL: <<http://diss.rsl.ru/>>
 47. Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ). Социологические электронные базы данных и сетевые ресурсы:
 1. <http://www.isras.ru/> - Институт социологии РАН
 2. <http://lib.socio.msu.ru> - Электронная библиотека социологического факультета МГУ.
 3. <http://socio.rin.ru/> - Портал по социологии с большим количеством информации.
 4. <http://traditionallib.narod.ru/> - философский сайт с тематической библиотекой.
 5. <http://socioline.ru> - Электронная библиотека по социологии с оригинальными материалами и коллекцией тематических ссылок.
 6. Библиотека Социологии и Политологии - Бесплатная онлайн библиотека содержит учебные пособия, монографии, сборники, статьи, диссертации и ответы на билеты по социологии и политологии. Автор рассылки читает спецкурс "Россия в системе международной безопасности" в МГУ им Ломоносова
 7. ПолитНаукаТ - политология в России и мире. Книги, учебники, статьи. История политических учений, теория политики, прикладная политология.
 8. Yanko.lib.ru Страничка Славы Янко - большая библиотека с оригинальными материалами.
 9. <http://ihtik.lib.ru/> Электронная полнотекстовая библиотека Ихтика. Огромный набор текстов по психологии, политологии, юриспруденции и прочим темам.
 10. <http://www.i-u.ru> Русский Гуманитарный Интернет-Университет
 11. <http://vasilieva.narod.ru/> - сайт об управлении с большой библиотекой.
 12. <http://www.socinf.narod.ru/> - сайт социологов РГСУ
 13. <http://christsocio.info> - Христианская Социология
 14. Allan Shade Noмерpage Небольшая социологическая библиотечка с оригинальными материалами
 15. <http://www.chelovek.fatal.ru> Портал для студентов Юридического Факультета
 16. <http://www.elitarium.ru> Дистанционное интернет-образование
 17. Awareness-way Качественные методы в социологии и маркетинге
 18. <http://www.psyho.dtn.ru> Электронная библиотека Центра Аналитической Психологии on-line, классика психологии - Юнг, Фрейд, Адлер, Берн, Райх, Фромм...
 19. <http://kara-murza.ru/index.htm> - Сергей Кара-Мурза
 20. <http://rus-crisis.ru> Кризис в России
 21. <http://sociology.extrim.ru/> ПАРАДИГМА: Сетевой клуб социологов.
 22. <http://orel.rsl.ru/> - Открытая русская электронная библиотека.
 23. <http://www.igstab.com/club/Pereslegin.htm> - Эссе и статьи Переслегина.
 24. <http://elenakosilova.narod.ru/> - Елена Косилова: Персональный сайт.
 25. <http://www.philosophy.ru/> - Institute of Philosophy of Russian Academy of Sciences.
 26. <http://www.tonich.ru> - Харизма и Харизматическое управление - Авторские тренинги Антона Калабина
 27. <http://www.sociograd.ru/> - Кафедра социологии и психологии управления Института социологии и управления персоналом (ИСУП) Государственного университета управления (ГУУ).
 28. <http://socis.isras.ru/> - журнал "Социологические исследования"
 29. <http://socionet.narod.ru/> - Обзор социологических ресурсов русского интернета
 30. <http://just-the-one.narod.ru/> - авторский сайт по социологии
 31. <http://sociologist.nm.ru/> - Sociologist's Warehouse

32. <http://hammer.nm.ru/doc/soc/index.html> - библиотека работ по социологии, состоит из ссылок на другие сайты.
33. <http://prpro.spb.ru/> - Конференция "PR-технологии в информационном обществе"

9.5. Электронные образовательные ресурсы

Не используются

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием
Аудитория с мультимедиа оборудованием для демонстрации презентаций.

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 предусмотрены

6.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0,4		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Посещение</i>	2 с., 1-5	30
<i>Активная работа на занятиях</i>	2 с., 1-5	70
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,6		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,4		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0,6		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Посещение	2 с., 6-17	16
Активная работа на занятиях, выполнение практических заданий	2 с., 6-17	36
Домашняя работа №1	2 с., 2	16
Домашняя работа №2	2 с., 8	16
Домашняя работа №3	2 с., 13	16
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0		

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

6.4. Коэффициент значимости семестровых результатов освоения дисциплины

Порядковый номер семестра по учебному плану, в котором осваивается дисциплина	Коэффициент значимости результатов освоения дисциплины в семестре
Семестр 2	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
Знания	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.
Умения	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)
Личностные качества	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

Не предусмотрено

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
Не предусмотрено

8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена

1. Комплекс ИМК в социальной сфере.
2. Концепция стратегического маркетинга в некоммерческой сфере.
3. Маркетинговая информационная система на предприятиях некоммерческого сектора.
4. Маркетинговое планирование в социальной сфере.
5. Маркетинговые исследования в некоммерческом секторе: возможности и ограничения применения.
6. Определение целевой аудитории в социальной сфере.
7. Основные задачи и инструменты социального маркетинга.
8. Основные типы конкурентов на рынке некоммерческих продуктов.
9. Особенности маркетинга в некоммерческом секторе России.
10. Особенности ценообразования на продукты социальной сферы
11. Предпосылки появления и основные этапы развития социального маркетинга.
12. Разработка социального продукта.
13. Система каналов распределения в социальном маркетинге.
14. Социальные программы и оценка их эффективности.
15. Специфика коммуникации в социальной сфере.
16. Сущность и специфика маркетинга в социальной сфере. Определение социального маркетинга.
17. Типовые организации службы маркетинга в социальной сфере. Сходства и отличия от коммерческих структур.
18. Типы некоммерческих организаций и организация маркетинговых служб в них..
19. Эффективность маркетинговых усилий в социальной сфере.

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

8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля
не используются

8.3.8. Интернет-тренажеры
не используются