Подписано и утверждено в СЭД 15.07.2018ИД задачи 1044091

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 ЭКСПЕРТИЗА В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Модуль Проектирование и экспертиза в маркетинговых исследованиях	**Код модуля 1132966**
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	Мокерова Ю. В.	К.с.н., доцент	Доцент	Кафедра прикладной социологии	
2	Веселкова Н. В.	К.с.н., доцент	Доцент	Кафедра прикладной социологии	
3	Рыбакова О. В.	К.ф.н., доцент	Доцент	Кафедра прикладной социологии	

Руководитель модуля Н.В. Веселкова

Рекомендовано учебно-методическим советом Института социальных и политических наук

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

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Руководитель ОП О.В. Рыбакова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

1.1. Объем модуля, 9 з.е.

1.2. Аннотация содержания модуля Модуль «Проектирование и экспертиза в маркетинговых исследованиях» занимает вариативную часть в структуре учебного план. Модуль направлен на развитие компетенций в области проектирования и экспертизы, связанных с применением экспериментальных планов в различных сферах профессиональной деятельности, включая осмысление территории как объекта маркетинговой активности на основе освоения стандартов исследовательской культуры. Входящие в модуль дисциплины: «Эксперимент в социальных науках», «Маркетинг и социальная экспертиза территорий», «Нормативно-правовые основы социальных исследований» в ходе анализа актуальных кейсов и разработки учебных проектов развивают умения и навыки корректного компетентного взаимодействия с участниками исследования и заинтересованными Сторонами (население, власть, бизнес, профессиональное сообщество, СМИ и т.д.).

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.	**(ВС)** Эксперимент в социальных науках	2	10	24		34	56	Э, 18	108	3
2.	**(ВС)** Маркетинг и социальная экспертиза территорий	2	10	24		34	70	З, 4	108	3
3.	**(ВС)** Нормативно-правовые основы социальных исследований	2	10	24		34	70	З, 4	108	3
Всего на освоение модуля			30	72		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.	**(ВС)** Эксперимент в социальных науках	2	2	6		8	82	Э, 18	108	3
5.	**(ВС)** Маркетинг и социальная экспертиза территорий	2	2	6		8	96	З, 4	108	3
6.	**(ВС)** Нормативно-правовые основы социальных исследований	2	2	6		8	96	З, 4	108	3
Всего на освоение модуля			30	18		24	274	26	324	9

3. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН В МОДУЛЕ

3.1.	Пререквизиты и постреквизиты в модуле	
3.2.	Кореквизиты	Эксперимент в социальных науках Маркетинг и социальная экспертиза территорий Нормативно-правовые основы социальных исследований

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 1 – Анализировать, систематизировать и критически оценивать статику и динамику процессов в городской среде в рамках научно-исследовательской деятельности и интерпретировать результаты исследований с использованием объяснительных возможностей современной	-способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1); -способность 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); - способность обрабатывать и анализировать социологические данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций (ПК-6);

	социологической теории	- способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (ПК-9); - способность исследовать взаимосвязь экономических, политических, социокультурных факторов, определяющих состояние и тенденции изменения городской среды (ДПК-1);
	РО 2 – Самостоятельно формировать отчеты, аналитические записки, информационные материалы по результатам социологического изучения городской среды в рамках научно-исследовательской деятельности, а также выступать с сообщениями, докладами по соответствующей тематике	-способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, отчеты, представлять результаты работы с учетом особенностей потенциальной аудитории (ОПК-3); -способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОПК-4); - способность обрабатывать и анализировать социологические данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций (ПК-6); - способность исследовать взаимосвязь экономических, политических, социокультурных факторов, определяющих состояние и тенденции изменения городской среды (ДПК-1);
39.04.01/04.02	РО 3 – 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	-способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования (ПК-3); - способность обрабатывать и анализировать социологические данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций (ПК-6); - способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (ПК-9); - способность 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); способность свободно пользоваться 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);
	РО 7 – Распространять социологические знания, консультировать в рамках организационно-управленческой	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

	деятельности работников органов управления, предприятий, учреждений по организации и развитию городской среды	
39.04.01/04.02	РО 8 – Разрабатывать в рамках организационно-управленческой деятельности методы управленческого воздействия на поведение представителей различных социальных общностей и оценку эффекта этих воздействий	способность обрабатывать и анализировать социологические данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций (ПК-6) способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (ПК-9); способность 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);

4.2.Распределение формирования компетенций по дисциплинам модуля

Дисциплины модуля		ОК-1	ОПК-3	ОПК-4	ПК-2	ПК-3	ПК-6	ПК-9	ПК-11	ПК-12	ДПК-1
1	**(ВС)** Эксперимент в социальных науках	*			*			*		*	*
2	**(ВС)** Маркетинг и социальная экспертиза территорий	*			*		*	*			
3	**(ВС)** Нормативно-правовые основы социальных исследований	*	*	*		*		*	*		

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
МАРКЕТИНГ И СОЦИАЛЬНАЯ ЭКСПЕРТИЗА ТЕРРИТОРИЙ

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	**Учетные данные**
Модуль Проектирование и экспертиза в маркетинговых исследованиях	**Код модуля 1132966**
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	К.с.н., доцент	Доцент	Кафедра прикладной социологии	
2	Веселкова Наталья Вадимовна	К.с.н., доцент	Доцент	Кафедра прикладной социологии	

Руководитель модуля Н.В. Веселкова

Рекомендовано учебно-методическим советом Института социальных и политических наук

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

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Руководитель ОП О.В. Рыбакова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ И СОЦИАЛЬНАЯ ЭКСПЕРТИЗА ТЕРРИТОРИЙ

1.1.Аннотация содержания дисциплины

Изучается основные компоненты маркетинга территорий (концепции маркетинга и маркетингового анализа, стратегии продвижения и т.п.). Формы занятий включают как лекционные компоненты, так и активные и интерактивные формы (деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций как по предложенным преподавателем материалам, так и по подготовленным студентами кейсам, групповые дискуссии, доклады с последующим обсуждением в рамках семинаров и коллоквиумов). Освоение дисциплины происходит с помощью изучения и критического анализа отечественной и зарубежной литературы, документов, исследовательских данных, проведения студентами собственных эмпирических исследований, встреч с представителями различных компаний, государственных и общественных организаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Дополнительно предусмотрены мастер-классы и конференции с участием ведущих специалистов в области маркетинга и брендинга территорий органов государственного и муниципального управления, крупных компаний города и региона.

1.2. Язык реализации программы - русский

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

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

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

ПК-2 способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем ООП 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-6 способность обрабатывать и анализировать социологические данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций (ПК-6);

ПК-9 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- базовые методологические принципы, лежащие в основе социального научного познания применительно к маркетингу и социальной экспертизе территорий;
- специальную терминологию, в том числе на иностранном языке, используемую в специальных текстах по маркетингу и социальной экспертизе территорий;
- методологию, методы и методики социального исследования (прежде всего социологического и маркетингового) и анализа данных;
- правила организации и проведения социологического исследования, а также правила представления основных научных результатов;

Уметь

- использовать современные методы сбора и анализа социологической информации;
- формулировать и отстаивать в дискуссии свои научные результаты;

- использовать современные методы обработки и интерпретации информации применительно к разным видам данных в области маркетинга и социальной экспертизы территорий.

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

- навыками организации и проведения социального (прежде всего социологического и маркетингового) исследования;
- методиками представления и защиты полученных научных результатов;
- навыками представления научных результатов в мультимедийной форме.

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**	**70**	**5,10**	**70**		
6.	**Промежуточная аттестация**	4	**0,25**	**4 (З)**		
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.)	2		
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**	**96**		
6.	**Промежуточная аттестация**	4	**0,25**	**4 (З)**		
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
Р1	Концепции маркетинга и маркетингового анализа территорий	Территория как объект маркетинговой активности. Целевые аудитории и заинтересованные стороны. Концепции МТ: комплекс маркетинга для территории: 4(7)Р и 4С и др. Комплексный маркетинговый анализ территорий: SWOT и STEP-анализ, анализ конкурентной среды, матрица МакКинзи и др.
Р2	Типы территорий и стратегии их развития и продвижения	Оценка территории и ее имиджа. Place naming. Типы территорий (brown-field, green-field, grey-field), способы их развития и продвижения. Современные мобильности. Виды туризма. Позиционирование территории и выбор стратегии. Разработка проектов и программ продвижения территорий.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

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

Очная форма

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.)**	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 иноя. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	**Всего (час.)**	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
Р1.	Концепции маркетинга и маркетингового анализа территорий	46	**17**	5	12	0	**29**	**13**	1	12		5	16	1							1								
Р2.	Типы территорий и стратегии их развития и продвижения	58	**17**	5	12	0	**41**	**7**	1	6		5	34	1		1	1				1								
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации**:**	**104**	**34**	**10**	**24**	**0**	**70**	**20**	**2**	**18**	**0**	**10**	**50**	**12**		**12**	**10**				**20**			**0**					
	Всего по дисциплине (час.):	**108**	**34**				**74**	В т.ч. промежуточная аттестация																			**4**	**0**	**0**	**0**

Заочная форма

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.)**	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	**Всего самостоятельной работы студентов (час.)**	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)	
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие и/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум		**Всего (час.)**	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр.	Перевод иноя. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	**Всего (час.)**	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
Р1.	Концепции маркетинга и маркетингового анализа территорий	46	**4**	2	2		**42**	6		6			36	2							1				0					
Р2.	Типы территорий и стратегии их развития и продвижения	58	**4**		4		**54**	6		6			48	2		1					1				0					
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации**:**	**104**	**8**	**2**	**6**		**96**	**12**		**12**			**84**	**48**		**12**					**24**		**0**	**0**	**0**	**0**				
	Всего по дисциплине (час.):	**108**	**8**				**100**	В т.ч. 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

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
Р1	1,2,3	Комплекс маркетинга для территории: 4(7)Р и 4С. Выбор и развитие ключевых элементов.	6
Р1	4,5,6	Маркетинговый анализ внешней среды и положения территории на целевых рынках. Анализ целевых аудиторий. Методы измерения.	6
Р2	7,8	Методы оценки ресурсов территории. Анализ стоимости территории. Принципы выбора комплекса показателей.	4
Р2	9,10	Маркетинг города	4
Р2	11,12	Разработка проектов и программ продвижения территорий	4
		Всего:	24

Заочная форма

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
Р1	1.	Комплекс маркетинга для территории: 4(7)Р и 4С. Выбор и развитие ключевых элементов.	2
Р2	2.	Методы оценки ресурсов территории. Анализ стоимости территории. Принципы выбора комплекса показателей.	2
Р2	3.	Разработка проектов и программ продвижения территорий	2
		Всего:	6

4.3.Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

1. Ключевые определения: маркетинг; территория, пространство и место; маркетинг территорий, мест
2. Целевые аудитории и стейкхолдеры
3. Комплекс маркетинга 4 Р для территории
4. Комплекс маркетинга 4 С для территории
5. SWOT-анализ территории
6. Оценка территории и ее имиджа
7. Place naming территорий
7. Типы территорий (brown-field, green-field, grey-field), способы их развития и продвижения

8. Современные мобильности. Виды туризма.
9. Позиционирование территории и выбор стратегии
10. Типы проектов и программ продвижения территорий

4.3.2. Примерный перечень тем графических работ

«не предусмотрено»

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

1. Комплекс маркетинга 4 P и 4 C для конкретной территории
2. SWOT-анализ конкретной территории
3. STEP-анализ конкретной территории
4. Анализ конкурентной среды конкретной территории
5. Анализ конкретной территории по матрице МакКинзи
6. Оценка имиджа территории
7. Территории brown-field, green-field, grey-field
8. Устойчивость и жизнестойкость территорий
9. Концепции развития городов: livable, green, smart
10. Современные мобильности в маркетинге территорий

4.3.4 Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов

Разработка кейса под выбранный самостоятельно объект (город, регион, страна, район, двор и пр.) предполагает:

- разработка программы комплексного маркетингового исследования;
- апробацию ключевых методов и представление результатов;
- разработка проекта продвижения выбранного объекта с обоснованием и описанием ожидаемых результатов.

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 коллоквиума (итогового контрольного мероприятия)

Обсуждение и защита индивидуального или группового проекта (кейса под выбранный самостоятельно объект (город, регион, страна, район, двор и пр.- см. 4.3.4). Проект защищается в формате презентации и группового обсуждения полученных результатов.

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)
Р1. Концепции маркетинга и маркетингового анализа территорий	*	*	*	*	*	*						
Р2. Типы территорий и стратегии их развития и продвижения	*	*	*	*	*	*						

Другие активные методы обучения, используемые при наличии возможности дополнительно к основным – это встречи с представителями различных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы и конференции с участием ведущих специалистов в области маркетинга и брендинга территорий органов государственного и муниципального управления, крупных компаний города и региона.

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. Трубина Е. Г. Город в теории. Опыты осмысления пространства / Елена Трубина. — М. : Новое литературное обозрение, 2011. — 518 с.
2. Арженовский, И. В. Маркетинг регионов : учебное пособие / И.В. Арженовский .— Москва : Юнити-Дана, 2015 .— 135 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114711.

9.1.2.Дополнительная литература

1. Бауман З. Город страхов, город надежд // Логос. 2008. № 3 (66). С. 24 – 53. Режим доступа: http://www.intelros.ru/pdf/logos_03_2008/02.pdf

2. Вендина О. Можно ли увидеть четкие перспективы в туманном будущем городов? // Неприкосновенный запас. 2010. № 2 (70). Режим доступа: http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/ve26-pr.html
3. Габидинова Г.С. Содержание и структура социального капитала территории // Экономический журнал. 2013. № 3. С. 118 – 125. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/soderzhanie-i-struktura-sotsialnogo-kapitala-territorii
4. Глазычев, В. Л. Урбанистика / В.Л. Глазычев .— Москва : Европа, 2008 .— 220 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=44909.
5. Джанджугазова, Е.А. Маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. - Туризм / Е. А. Джанджугазова .— М. : Академия, 2006 .— 223 с.
6. Зубаревич Н. В. Города как центры модернизации человеческого капитала // Общественные науки и современность. 2010. № 5. С. 5 – 19. Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/2012/09/25/1251346584/%D0%97%D1%83%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87.pdf
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
8. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы = Marketing places Europe / Филип Котлер, Кристер Асплунд, Ирвинг Рейн, Дональд Хайдер ; [пер. с англ. Марии Аккая при участии Виталия Мишучкова] .— СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2010 .— 376 с.
9. Согомонов А. Современный город: стратегия идентичности // Неприкосновенный запас. 2010. № 2 (70). Режим доступа: http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/so21-pr.html
10. Трифт Н., Амин Э. Внятность повседневного города // «Логос». 2002. №3–4. . Режим доступа: http://www.ruthenia.ru/logos/number/34/14.pdf
11. Трубина, Е.Г.. Урбанистическая теория : [учеб. пособие для студентов по направлениям 040200 "Социология", 030100 "Философия", 031400 "Культурология", 080100 "Экономика"] / Е. Г. Трубина ; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького .— Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2008 .— 323 с.
12. Чэттертон П. Чем вымощена дорога в креативный город? // Неприкосновенный запас. 2010. № 2 (70). Режим доступа: http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/ch22-pr.html
13. Яковлев, П. П. Маркетинг в сфере туризма / П.П. Яковлев .— Москва : Лаборатория книги, 2010 .— 78 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87314.

9.2.Методические разработки

Трубина Е. Г. Учебно-методический комплекс дисциплины "Современная урбанистика" [Электронный ресурс] / Е. Г. Трубина ; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького, ИОНЦ "Толерантность, права человека и предотвращение конфликтов, социальная интеграция людей с ограниченными возможностями" [и др.]. — Екатеринбург : [б. и.], 2008. Ч. 1: Учебно-методический комплекс дисциплины [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. (7,18 Мб). — 2008. <URL: http://elar.urfu.ru/handle/10995/1695>

9.3.Программное обеспечение

не используются

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Стратегический проект «Все флаги в гости к нам». Екатеринбург, 2007.
2. Ищем уральское! // taby27.ru Имиджелогия, философия дизайна, архитектура http://www.taby27.ru/forum/viewtopic.php?f=2&t=3
3. European Cities Marketing http://www.europeancitiesmarketing.com/

4. Mobility lives forum http://en.forumviesmobiles.org/
5. Place Marketing and Branding (Dr. Sebastian Zenker) http://www.placebrand.eu/contact.html
6. The Place Brand Observer : Branding and reputation of places: insights, strategies, examples http://placebrandobserver.com/

9.5.Электронные образовательные ресурсы

Трубина Е. Г. Учебно-методический комплекс дисциплины "Современная урбанистика" [Электронный ресурс] / Е. Г. Трубина ; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького, ИОНЦ "Толерантность, права человека и предотвращение конфликтов, социальная интеграция людей с ограниченными возможностями" [и др.]. — Екатеринбург : [б. и.], 2008. Ч. 1: Учебно-методический комплекс дисциплины [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. (7,18 Мб). — 2008.
<URL: http://elar.urfu.ru/handle/10995/1695>

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

Кабинет социально-политической литературы факультета политологии и социологии, библиотека УрФУ, компьютерный класс факультета политологии и социологии, обеспеченный доступом в Интернет и общим (MS Office) и специализированным ПО (SPSS, Vortex), материалы с кейсами. Для проведения практических занятий необходимо наличие проектора, флип-чарта, ноутбука для демонстрации презентаций и видео-материалов.

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 – 4, в том числе, **коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены – не предусмотрено**

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**
Эссе	2/4	25
Проектная работа	2/10	40
Перевод статьи	2/16	15
Перевод статьи	2/16	20
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	2/6-17	40
Домашняя работа 1	2/2-8	30
Домашняя работа 2	2/9-12	30
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 2	**4**

ПРИЛОЖЕНИЕ 2
к рабочей программе дисциплины

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.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3
к рабочей программе дисциплины

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 предусмотрено

8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета

1. Определение маркетинга и маркетинга территорий
2. Целевые аудитории и стейкхолдеры
3. Комплекс маркетинга 4 P для территории
4. Комплекс маркетинга 4 C для территории
5. SWOT-анализ территории
6. Place naming территорий: определение, примеры
7. Территория типа brown-field: определение, примеры
8. Территория типа green-field: определение, примеры
9. Территория типа grey-field: определение, примеры
10. Территория типа brown-field: способы развития и продвижения
11. Территория типа green-field: способы развития и продвижения
12. Территория типа grey-field: способы развития и продвижения
13. Социальный капитал территории
14. Современные мобильности. Виды туризма
15. Устойчивость и жизнестойкость территорий
16. Концепции развития городов: livable, green, smart

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 предусмотрено

8.3.7. Ресурсы ФЭПО для проведения независимого тестового контроля не предусмотрено

8.3.8. Интернет-тренажеры не предусмотрено

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

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	Учетные данные
Модуль Проектирование и экспертиза в маркетинговых исследованиях	**Код модуля 1132966**
Образовательная программа Проектирование и экспертиза социальных изменений	**Код ОП 39.04.01/04.02**
Траектория образовательной программы (ТОП)	**Проектирование и экспертиза социальных изменений**
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	Рыбакова Ольга Викторовна	кандидат.филос.н, доцент	доцент	Прикладной социологии	

Руководитель модуля Н.В. Веселкова

Рекомендовано учебно-методическим советом Института социальных и политических наук

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

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

Руководитель ОП О.В. Рыбакова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

1.1.Аннотация содержания дисциплины

Цель дисциплины научить будущих специалистов ориентироваться в области правовых возможностей работы с информаций, получаемой из различных источников. Дисциплина основана на общих положениях российского законодательства в области информационных услуг и продуктов, а также профессиональных стандартов отечественных и зарубежных исследовательских компаний и Ассоциаций.

Данная дисциплина направлена на формирование правовой компетентности в вопросах подготовки и проведения социальных исследований, на развитие навыков документального оформления всех этапов реализации социального исследования, оформления правовых и финансовых отношений между участниками исследовательского процесса.

В структуре дисциплины предусмотрены методические материалы: прикладные задачи, творческие работы в формате эссе, позволяющие магистрантам на конкретных практических примерах знакомиться с правовыми основами реализации социального исследования.

1.2. Язык реализации программы - русский

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Результатом освоения дисциплины является формирование у студента следующих компетенций:

способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, отчеты, представлять результаты работы с учетом особенностей потенциальной аудитории (ОПК-3);

-способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОПК-4);

способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования (ПК-3);

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

-способность 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:

- правила организации и проведения социологического исследования, а также правила представления основных научных результатов;
- зправовые основы и профессиональные стандарты, регулирующие взаимодействие участников социального исследования
- Основы финансовой и бюджетной деятельности, правила и технологии оформления финансовой документации социального исследования

Уметь:

- самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, расширять и углублять собственную научную и правовую компетентность;
- формулировать и отстаивать в дискуссии свои научные результаты;
- применять полученные знания, умения и навыки в основных видах будущей

деятельности;

- разрабатывать и планировать стратегическую политику организации в реализации тактических задач исследования

Владеть:

- способностью к эффективной коммуникации с заказчиком: обоснования значимости и актуальности результатов социологического исследования;
- способностью к разделению труда внутри специализированных исследовательских групп, навыками руководства совместной деятельностью.
- способностью к самостоятельной научно-исследовательской работе и к работе в научном коллективе, способностью к профессиональной адаптации, к обучению новым методам исследования и технологиям;
- способностью профессионально оформлять и докладывать результаты научных и практических работ по утвержденным формам.

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**	**70**	**5,10**	**70**		
6.	**Промежуточная аттестация**	4	**0,25**	**4 (З)**		
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.)*	2		
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**	**96**		
6.	**Промежуточная аттестация**	4	**0,25**	**4 (З)**		
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
Р1Т1	**Раздел 1. Области правового регулирования в практике социальных исследований** Тема 1. Роль Профессиональных стандартов и этических кодексов в практике социологических и маркетинговых исследований	Профессиональные стандарты как внешние регуляторы взаимодействия участников социального исследования. Мировой и отечественный опыт стандартизации социологического и маркетингового исследования. Обзор Кодексов профессиональной деятельности профессиональных социологических и маркетинговых сообществ Сложившиеся подходы к определению стандартов и стандартизации в практике социальных исследований. Принципы стандартизации.
Р1Т2	Тема 2. Процессный подход к управлению качеством результатов социальных исследований	Понятие процессного подхода к управлению качеством. Стандарты ISO 9004-2001; ISO 20252; ISO 26362 Направления стандартизации в практике социологических и маркетинговых исследований: - стандарты на термины и определения; - стандарты методологические, методические; - стандарты организационно - процессуальные; - стандарты на продукцию, услуги; Стандарты на разработку дизайна исследования. Нормативные показатели ресурсных затрат на проведение исследования: организационных, временных, финансовых. Проблема демпинга в практике маркетинговых исследований. Стандарты оформления макета выборки и порядка реализации выборки в полевых работах (инструкция по отбору домохозяйств, респондентов, контактные ведомости, маршрутные задания, требования к рекруту ит.д.) Стандарты организации полевых работ с учетом методической стратегии. Контроль качества собранной информации. Контроль качества базы данных. Стандарты оформления отчетных документов и презентации их Заказчику. Проблема внутреннего и внешнего аудита качества процесса исследования и достоверности, полноты, валидности полученных результатов.
Р2Т3	**Раздел 2.Нормативно-правовые основы функционирования рынка информационных услуг** Тема 3. Правовая база регулирования рынка	Информация как объект интеллектуальной собственности Информация как нематериальное и непотребляемое благо; возможность неограниченного тиражирования информации и отсутствие монополии на информацию. Объекты интеллектуальной собственности. Авторское право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита авторских прав

	информационных услуг	
Р2.Т4	Тема 4. Корпоративная культура и нормативное регулирование исследовательской деятельности	Внутрифирменные документы как элемент корпоративной культуры. Организация договорной работы в деятельности юридического лица. Понятие коммерческой тайны. Средства защиты коммерческой тайны. Служба безопасности организации.
Р2.Т5	Тема 5. Результаты социальных исследований как объект гражданских правоотношений.	Регулирование получения и исследования информации: документированная информация, информационные ресурсы, персональные данные, конфиденциальная информация.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

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

Очная форма

Объем модуля (зач.ед.): 9
Объем дисциплины (зач.ед.):

Раздел дисциплины			Аудиторные занятия (час.)				Самостоятельная работа: виды, количество и объемы мероприятий																						
Код раздела, темы	Наименование раздела, темы	**Всего по разделу, теме (час.)**	**Всего аудиторной работы (час.)**	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	**Всего самостоятельной работы студентов (час.)**	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)											Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)	
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие	Н/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум (магистратура)	**Всего (час.)**	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	разработка программного	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод иноя. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	**Всего (час.)**	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
Р 1	Области правового регулирования в практике социальных исследований	50	**17**	5	12	0	**33**	**13**	1	12			12	1										8	2					
Р 2	Нормативно-правовые основы функционирования рынка информационных услуг	54	**17**	5	12	0	37	13	1	12			12	1										12	3					
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации**:**	**104**	**34**	**10**	**24**	**0**	70	26	2	24			24	24										20						
	Всего по дисциплине (час.):	**108**	**34**				**74**	В т.ч. промежуточная аттестация																			**4**	**0**	**0**	**0**

Заочная форма

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.)**	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	**Всего самостоятельной работы студентов (час.)**	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)											Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)	
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие и/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум		**Всего (час.)**	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр. языке*	Перевод иноя. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	**Всего (час.)**	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
Р1.	Области правового регулирования в практике социальных исследований	41	**4**	2	2		37	9	1	8			12	1										16	2					
Р2.	Нормативно-правовые основы функционирования рынка информационных услуг	63	**4**		4		59	11	1	10			24	2										24	3					
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации**:**	**104**	**8**	**2**	**6**		**96**	**20**	**2**	**18**	**0**	**0**	**36**	36									**0**	**40**	**40**	**0**				
	Всего по дисциплине (час.):	**108**	**8**				**100**	В т.ч. 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

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
Р1 Т1	1,2,3	Сравнительный анализ Кодексов: тенденции развития стандартизации в социологии и маркетинге. 1. Кодексы, акцентирующие нормы профессиональной этики исследователя: 2. Кодексы, центрированные на регламентации процедуры исследования, и документации, протоколирующей взаимодействие участников исследовательского процесса.	6
Р1Т2	4,5,6	Типичные проблемы нарушения этических норм при проведении маркетинговых исследований: Взаимоотношения Исследователь-Респондент. ➢ Мошенническая практика; ➢ Вторжение в личную жизнь ➢ Пренебрежение к респонденту Взаимоотношения Исследователь-Заказчик: ➢ Дезинформация о тносительно методологии, объемов, ресурсов, графика реализации исследования. ➢ Нарушение конфиденциальности (содержание исследования, результаты, переданные Заказчиком материалы и т.д.) ➢ Фальсификация результатов исследования Взаимоотношения Заказчик - Исследователь: ➢ Неуместное использование предпроектных предложений Исследователя ➢ Разглашение технологий исследования, являющихся уникальными разработками Исследователя ➢ Необоснованное аннулирование проекта ➢ Давление на Исследователя с целью получения заведомо требуемых результатов ➢ Недобросовестная, интерпретация результатов при передаче третьей Стороне. ➢ Нарушение требований к проведению внешнего контроля.	6
Р2.Т3	7,8	Проблемы взаимодействия Исследователя и	4

		Заказчика при выполнении государственного заказа (в рамках ФЗ-44). Регламенты и стандарты организации котировок, тендеров, конкурсов.	
Р2Т4	9,10	Нормативно-правовые основы соглашения о конфиденциальности. Регулирование вопросов конфиииидденциальности информации в социологических исследованиях. Проблемы регламентации прав на социологическую и маркетинговую информацию: передача информации Заказчику, права собственности Заказчика и авторское право Исполнителя. Вопросы согласования содержания презентаций результатов исследования третьей стороне. (Профессиональное сообщество, публикации в научных изданиях, размещение в СМИ, и т.д.)	4
Р2 Т.5	11,12	Правовые отношения участников социологического исследования в области получения, обработки, хранения, использования и уничтожения персональных данных (ФЗ-152)	4
		Всего:	24

Заочная форма

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
Р1 Т1	1	Сравнительный анализ Кодексов: тенденции развития стандартизации в социологии и маркетинге. Типичные проблемы нарушения этических норм при проведении маркетинговых исследований	2
Р2.Т3	2	Проблемы взаимодействия Исследователя и Заказчика при выполнении государственного заказа (в рамках ФЗ-44). Регламенты и стандарты организации котировок, тендеров, конкурсов. Нормативно-правовые основы соглашения о конфиденциальности.	2
Р2 Т.5	3	Правовые отношения участников социологического исследования в области получения, обработки, хранения, использования и уничтожения персональных данных (ФЗ-152)	2
		Всего:	6

4.3.Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

- Сравнительный анализ кодексов профессиональных стандартов AAPOR, ESOMAR, ISO 9004-2001; ISO 20252; ISO 26362; этических кодексов РОС, Ассоциации «Группа 7/89»
- Документальное оформление прав участников маркетингового исследования;
- Нормы, регулирующие конфиденциальность маркетинговой информации

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

1. Роль профессиональных кодексов в регулировании деятельности специалистов по социологическим и маркетинговым исследованиям
2. Функции, выполняемые профессиональными кодексами.
3. Определить особенности подхода к стандартизации социальных показателей от стандартов процедуры исследования.
4. На основе анализа специализированных изданий и баз данных по исследованиям привести примеры нарушения стандартов для каждого этапа исследования.
5. Охарактеризовать имеющиеся в кодексах стандарты, направленные на устранения типичных этических проблем со стороны Заказчика и Исполнителя.

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 вилеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
Р1	*	*		*	*							
Р2	*	*		*	*							

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)

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.

9.1Рекомендуемая литература:

9.1.1Основная литература:

1. Афонасова, М. А. Маркетинг : учебное пособие / М.А. Афонасова .— Томск : ТУСУР, 2015 .— 106 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480577. Кришталюк, А. Н. Конфиденциальное делопроизводство и защита коммерческой тайны : курс лекций / А.Н. Кришталюк .— Орел : МАБИВ, 2014 .— 199 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428611.
2. Стандартные определения : Систематическое описание диспозицонных кодов и коэффициентов результативности для массовых опросов / Американская ассоциация исследователей общественного мнения ; пер. с англ. А. А. Ипатовой, Д. М. Рогозина. 8-е изд.— М. : АО «ВЦИОМ», 2016.— 88 с. Режим доступа: https://wciom.ru/fileadmin/file/books/Rogozin_2print.pdf
3. Тихонова, Е.В. Методология и методы социологического исследования : учебник для студентов учреждений высшего проф. образования / Е. В. Тихонова .— М. : Академия, 2012 .— 366 с.

9.1.2 Дополнительная литература

1. Алексеев С.В. Правовые аспекты маркетинга // Практический маркетинг. 2003. №4. Режим доступа: https://www.cfin.ru/press/practical/2003-04/01.shtml

2. Конфиденциальное делопроизводство и защищенный электронный документооборот : учебник / А.Г. Фабричнов .— Москва : Логос, 2011 .— 452 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84996.
3. Корабейников И.Н., Корабейникова О.А. Развитие регионального рынка информационных услуг: теоретические аспекты // Вестник Оренбургского государственного университета. 2012. №4 (140). Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-rynka-informatsionnyh-uslug-teoreticheskie-aspekty
4. Куняев, А.В. Конфиденциальное делопроизводство и защищенный электронный документооборот : [учебник по направлениям подготовки 032000 " Документоведение и архивоведение", 08500 "Менеджмент", 090100 "Информационная безопасность", 032001 "Документоведение и документационное обеспечение управления", 080507 "Менеджмент организации", 090103 "Организация и технология защиты информации" / Н. Н. Куняев, А. С. Демушкин, А. Г. Фабричнов; под ред. Н. Н. Куняева. — М. : Логос, 2011.
5. Ласковец, С. В. Прикладной маркетинг : учебно-практическое пособие / С.В. Ласковец ; Л.А. Данченок .— Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2003 .— 89 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90452.
6. Маликова, Н. Н. Дизайн и методы социологического исследования : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры по направлениям подготовки 040100 "Социология", 030200 "Политология", 031300 "Журналистика", 031600 "Реклама и связи с общественностью", 033000 "Культурология", 035400 "История искусств", 035700 "Лингвистика", 040400 "Социальная работа", 071800 "Социально-культурная работа", 080100 "Экономика", 080200 "Менеджмент" / Н. Н. Маликова, О. В. Рыбакова ; 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, 2014 .— 231 с.
7. Невоструев, П. Ю. Маркетинг и маркетинговые исследования : учебно-методический комплекс / П.Ю. Невоструев .— Москва : Евразийский открытый институт, 2011 .— 47 с. —URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91070.
8. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ URL: http://www.internet-law.ru/law/kodeks/gk_4.htm

9.2.Методические разработки не используются
9.3.Программное обеспечение - не используется

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Сайты, рекомендуемые студентам для самостоятельной работы:

Адрес сайта:	Название организации
http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=73	РОС
www.789.ru	Ассоциация региональных исследовательских компаний РФ «Группа 7/89»
www.marketologi.ru	Российская гильдия маркетологов
AAPOR Code of Professional Ethics & Practice	Американская ассоциация общественного мнения (AAPOR)
www.mra-net.org	MRA, Ассоциация маркетинговых исследований
www.esomar.nl	ESOMAR, Европейская ассоциация

	маркетинговых исследований
www.marketrsearch.org.uk	MRS, Общество маркетинговых исследований (Великобритания)
www.pmrs-aprm.com	Общество профессиональных маркетинговых исследователей (Канада)
http://www.mngt.ru/rus/first_stages_of_marketing/introduction_marketing_researches/ethics_marketing/	Маркетинговые исследования

9.5.Электронные образовательные ресурсы - не используется

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

Учебные аудитории ИСПН, 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 – 4, **коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены – не предусмотрено**
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	*2,1-5*	*10*
Контрольная работа №1	2,4	*10*
Контрольная работа №2	2,6	*20*
Контрольная работа №3	2,10	*20*
Контрольная работа №4	2,12	*20*
Контрольная работа №5	2,16	*20*
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,5		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет **Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0,5**		
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**
Работа на практических занятиях	2,6-17	50
Домашняя работа №1	2,8	25
Домашняя работа №2	2,17	25
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	**1,0**

ПРИЛОЖЕНИЕ 2
к рабочей программе дисциплины

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.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3
к рабочей программе дисциплины

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

1. После проведения исследования методом Mystery shopping проверяемые менеджеры компании – заказчика звонят работникам компании исполнителя и выражают неудовольствие по поводу полученных ими оценок по результатам проверки
2. Заказчик, получив от Исполнителя до заключения договора ТЗ передает его третьим лицам в качестве образца.
3. Заказчик, получив результаты исследования, публикует данные в СМИ. При этом он без согласования и Исполнителем вносит «исправления» в свою пользу, на основании которых он становится лидером потребительского рынка по известности и предпочтениям клиентов.
4. Заказчик, усомнившись в качестве полученных результатов запускает внешний контроль после 2-х месяцев с даты окончания полевых работ. При этом он звонит респондентам без учета разницы во времени (в позднее время), обвиняет их в нечестных ответах.
5. Исполнитель на просьбу Заказчика поприсутствовать на инструктаже интервьюеров, получить информацию о промежуточном статусе проекта, получить результаты контроля полевых работ отвечает отказом, сославшись на некомпетентность Заказчика в вопросах организации исследования.
6. Компания заказывает субподрядчику выполнение массового поквартирного опроса, при этом требует предоставления контактных данных всех интервьюеров.
7. Заказчик решил опубликовать результаты исследования, которое отдавал на аутсорсинг. Как определяются права собственности и авторские права на результаты маркетингового исследования?
8. Заказчик обратился в маркетинговое агентство с просьбой продать ему результаты исследований по банковской тематике, которые выполнялись данным агентством в текущем году для других заказчиков. Каковы нормы, регулирующие конфиденциальность маркетинговой информации
9. Вы разрабатываете договор на проведение маркетингового исследования. Какие пункты Вы должны включить относительно конфиденциальности информации для Заказчика и Исполнителя.
10. Какие данные считаются персональными и подлежат раздельному хранению с массивом данных при проведении маркетинговых исследований.
11. Укажите, какие манипуляции с массивом данных включены в понятие «обработка персональных данных»

12. Исследовательская компания ведет базу респондентов, согласных на участие в он-лайн исследованиях. Какие требования предъявляются к хранению персональных данных
13. Заказчик требует предоставить ему массив первичных данных, заполненные бланки анкет. Какими должны быть действия Исполнителя
14. Заказчик использует полученные в ходе исследования персональные данные о респондентах для рекламных целей. Какие нормы нарушены, кто несет ответственность.

8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета

1. Профессиональные стандарты как внешние регуляторы взаимодействия участников социального исследования.
2. Мировой и отечественный опыт стандартизации социологического и маркетингового исследования.
3. Кодексы профессиональной деятельности профессиональных социологических и маркетинговых сообществ
4. Подходы к определению стандартов и стандартизации в практике социальных исследований.
5. Принципы стандартизации.
6. Понятие процессного подхода к управлению качеством. Стандарты ISO 9004-2001; ISO 20252; ISO 26362
7. Направления стандартизации в практике социологических и маркетинговых исследований:
8. Стандарты на разработку дизайна исследования.
9. Нормативные показатели ресурсных затрат на проведение исследования: организационных, временных, финансовых. Проблема демпинга в практике маркетинговых исследований.
10. Стандарты оформления макета выборки и порядка реализации выборки в полевых работах
11. Стандарты организации полевых работ с учетом методической стратегии.
12. Контроль качества собранной информации. Контроль качества базы данных.
13. Стандарты оформления отчетных документов и презентации их Заказчику.
14. Проблема внутреннего и внешнего аудита качества процесса исследования и достоверности, полноты, валидности полученных результатов.
15. Информация как объект интеллектуальной собственности
16. Объекты интеллектуальной собственности. Авторское право: понятие, субъекты, объекты. Охрана и защита авторских прав
17. Внутрифирменные документы как элемент корпоративной культуры.
18. Регулирование получения и исследования информации

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*

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
ЭКСПЕРИМЕНТ В СОЦИАЛЬНЫХ НАУКАХ

Перечень сведений о рабочей программе дисциплины	Учетные данные
Модуль Проектирование и экспертиза в маркетинговых исследованиях	**Код модуля 1132966**
Образовательная программа Проектирование и экспертиза социальных изменений	**Код ОП** 39.04.01/04.02
Траектория образовательной программы (ТОП)	-
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	Веселкова Наталья Вадимовна	К.с.н., доцент	Доцент	Кафедра прикладной социологии	

Руководитель модуля Н.В. Веселкова

Рекомендовано учебно-методическим советом Института социальных и политических наук

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

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ ЭКСПЕРИМЕНТ В СОЦИАЛЬНЫХ НАУКАХ

1.1. Аннотация содержания дисциплины

Изучается применение экспериментальных планов в различных сферах профессиональной деятельности. В преподавании данного курса отдается приоритет использованию активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, тренингов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся, предусмотрены (при наличии финансовых и организационных возможностей) встречи с представителями российских и зарубежных компаний, организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

1.2. Язык реализации программы - русский

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

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

ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

ПК-2 способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем ООП 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-9 умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций

ПК-12 способность свободно пользоваться 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 ;

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

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- базовые методологические принципы, лежащие в основе социального научного познания;
- специальную терминологию, в том числе на иностранном языке, используемую в научных текстах;
- методологию, методы и методики социологического исследования и анализа данных;
- правила организации и проведения социологического исследования, а также правила представления основных научных результатов;

Уметь

- использовать современные методы сбора и анализа социологической информации;
- формулировать и отстаивать в дискуссии свои научные результаты;
- использовать современные методы обработки и интерпретации информации применительно к разным видам социологических данных.

Владеть (демонстрировать навыки и опыт деятельности):

- навыками организации и проведения социологического исследования;
- методиками представления и защиты полученных научных результатов;
- навыками представления научных результатов в мультимедийной форме.

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.)	2		
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**	**1,2**	**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
Р1	Основы эксперимента в социальных науках	Экспериментальные основы современной науки. Виды экспериментов. Требования к научности эксперимента в социальных науках. Три типа экспериментальных планов по Д. Кэмпбеллу. Виды валидности. Угрозы валидности в эксперименте и

		возможности их контроля. Познавательные возможности и ограничения экспериментальных исследований.
Р2	Метод виньеток и конджойнт-анализ	Метод виньеток в социальном исследовании: определение, история и современные практики применения: экспериментальное измерение установок, изучение сенситивных тем. Конджойнт-анализ.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

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

Очная форма

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.)**	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-конфер., коллоквиум		**Всего (час.)**	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа* Расчетная работа, разработка программного	Расчетно-графическая работа*	Домашняя работа на иностр.	Перевод иноя. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	**Всего (час.)**	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
Р 1	Основы эксперимента в социальных науках	42	**17**	5	12	0	**25**	**5**	1	4			20	1		1					1								
Р 2	Метод виньеток и конджойнт-анализ	48	**17**	5	12	0	**31**	**5**	1	4			26	1		1	1				1								
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации**:**	**90**	**34**	**10**	**24**	**0**	**56**	**10**	**2**	**8**	**0**	**0**	**46**	**4**	**0**	**24**	**6**	**0**	**0**	**0**	**12**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**			
	Всего по дисциплине (час.):	**108**	**34**				**74**	В т.ч. промежуточная аттестация																			**0**	18	**0**	**0**

Заочная форма

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.)**	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	**Всего самостоятельной работы студентов (час.)**	Подготовка к аудиторным занятиям (час.)					Выполнение самостоятельных внеаудиторных работ (колич.)										Подготовка к контрольным мероприятиям текущей аттестации (колич.)			Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (час.)		Подготовка в рамках дисциплины к промежуточной аттестации по модулю (час.)	
								Всего (час.)	Лекция	Практ., семинар. занятие	Лабораторное занятие и/и семинар, семинар-конфер., коллоквиум		**Всего (час.)**	Домашняя работа*	Графическая работа*	Реферат, эссе, творч. работа*	Проектная работа*	Расчетная работа, разработка программного	Расчетно-графическая	Домашняя работа на иностр.	Перевод иноя. литературы*	Курсовая работа*	Курсовой проект*	**Всего (час.)**	Контрольная работа*	Коллоквиум*	Зачет	Экзамен	Интегрированный экзамен по модулю	Проект по модулю
Р 1	Основы эксперимента в социальных науках	**44**	**4**	2	2		**40**	**4**	1	3			**36**	1		1					1							
Р 2	Метод виньеток и конджойнт-анализ	**46**	**4**		4		**42**	**6**		6			**36**	1		1					1							
	Всего (час), без учета промежуточной аттестации**:**	**90**	**8**	**2**	**6**		**82**	**10**	**1**	**9**			**72**	**24**		**24**					**24**							
	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

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
Р1	1,2,3	Типы экспериментальных планов и угрозы валидности	6
Р1	4,5,6	Истинные и квазиэкпериментальные планы	6
Р2	7,8,9	Метод виньеток	6
Р2	10,11,12	Метод совместного анализа (конджойнт-анализ)	6
		Всего:	24

3. Заочная форма

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
Р1	1	Типы экспериментальных планов и угрозы валидности	1
Р1	1	Истинные и квазиэкпериментальные планы	1
Р2	2	Метод виньеток	2
Р2	3	Метод совместного анализа (конджойнт-анализ)	2
		Всего:	6

4.3.Примерная тематика самостоятельной работы

4.3.1. Примерный перечень тем домашних работ

1. Познавательные возможности и ограничения эксперимента в социальных исследованиях
2. Проблематизация этической корректности в эксперименте и способы ее обеспечения (по С. Милграму)
3. Условия научности эксперимента в социальных науках
4. Конкурирующие гипотезы / угрозы валидности
5. Способы контроля угроз валидности в эксперименте
6. Экспериментальные планы и угрозы валидности
7. Метод виньеток: история и практика эмпирических исследований
8. Виньетки в количественном и качественном исследовании
9. Метод совместного анализа (конджойнт-анализ): история и практика эмпирических исследований

4.3.2. Примерный перечень тем графических работ не предусмотрено

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

1. Разработать собственные примеры истинных экспериментальных планов
2. Разработать собственные примеры квазиэкспериментальных планов с определением контролируемых и неконтролируемых угроз валидности
3. Разработать собственные примеры виньеток

4. Разработать собственные примеры профилей конджойнт-анализа

4.3.4 Примерная тематика индивидуальных или групповых проектов

1. План истинного эксперимента: технические решения, возможности и ограничения реализации в социальных исследованиях различного типа
2. План квазиэксперимента: технические решения, возможности и ограничения реализации в социальных исследованиях различного типа

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 вилеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
Р1. Основы эксперимента в социальных науках	*			*	*							
Р2. Метод виньеток конджойнт-анализ	*			*	*							

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

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

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

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1.Рекомендуемая литература

9.1.1.Основная литература

1. Галицкий Е. Б. Маркетинговые исследования : учебник для магистров : [для вузов по экон. направлениям и специальностям] / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. — М. : Юрайт, 2012. — 540 с.
2. Методология и методы социологического исследования : учебник .— Санкт-Петербург : Издательство Санкт-Петербургского Государственного Университета, 2014 .— 388 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458073.
3. Тихонова, Е.В. Методология и методы социологического исследования : учебник для студентов учреждений высшего проф. образования / Е. В. Тихонова .— М. : Академия, 2012 .— 366 с

9.1.2.Дополнительная литература

1. Барбаков О.М., Киселев В.Г. Методология проведения социального эксперимента на виртуальном пространстве. // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2012. №8. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/metodologiya-provedeniya-sotsialnogo-eksperimenta-na-virtualnom-prostranstve
2. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : Учеб. для студ. гуманит. вузов и аспирантов / Г. С. Батыгин. — М. : Аспект-Пресс, 1995. — 286 с.; Изд. второе. М.: РУДН, 2008. – 368 с.
3. Быков А. В. Метод факторных виньеток и шкала самооценки альтруизма: сравнение онлайн-и офлайн-опросов // Социология: методология, методы, математическое моделирование. – 2014. – №. 39. – С. 62-98. Режим доступа: http://jour.isras.ru/upload/journals/6/articles/3779/public/3779-9102-1-PB.pdf
4. Девятко И Ф. Методы социологического исследования : Учеб. пособие для вузов / И. Ф. Девятко .— Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1998 .— 204 с
5. Девятко И. Ф. Причинность в обыденном сознании и в социологическом объяснении: контуры нового исследовательского подхода // Социология: методология, методы и математическое моделирование (Социология: 4М). – 2007. – №. 25. – С. 5-21. Режим доступа: http://jour.isras.ru/index.php/soc4m/article/view/4120/3861
6. Захарова Т. А., Кутлалиев А. Х. Метод совместного анализа как инструмент изучения предпочтений потребителей // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2009. № 28. С. 5-28. Режим доступа: http://jour.isras.ru/index.php/soc4m/article/view/3816/3567
7. Кэмпбэлл, Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях : Пер. с анг. / Д. Кэмпбэлл ; Сост. и общ. ред. М. И. Бобневой; Вступ. ст. Г. М. Андреевой. — М. : Прогресс, 1980.
8. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии / С. Милграм. — СПб. ; М. ; Харьков ; Минск : Питер, 2000. — 335 с.
9. Мягков А. Ю. Обеспечение анонимности в социологическом опросе (Аналитический обзор зарубежных исследований // Социологические Исследования. 1999. № 5. С.107-114. Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/829/587/1231/020_myagkov_Metodika_i_tehnika_sotsiologicheskih.pdf
10. Попова, Т.В. Ассоциативный эксперимент в психологии : учеб. пособие / Т. В. Попова ; Рос. акад. образования, Моск. психол.-соц. ин-т .— М. : Флинта : Моск. психол.-соц. ин-т, 2006 .— 72 с.
11. Пузанова Ж. В., Тертышникова А. Г. Технология обработки данных, полученных методом виньеток, в социологических исследованиях // Теория и практика

общественного развития. – 2015. – №. 20. – С. 16-18. Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_24395321_33007790.pdf

9.2. Методические разработки

«не используются»

9.3.Программное обеспечение

«не используется»

9.4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Интернет-ресурсы:

1. Respondent Driven Sampling http://www.respondentdrivensampling.org/
2. Sociology Online http://www.sociologyonline.co.uk/
3. Sociological research online http://www.socresonline.org.uk/welcome.html

9.5.Электронные образовательные ресурсы не используются

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

Учебные аудитории ИСПН

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 – 4, в том числе, **коэффициент значимости курсовых работ/проектов, если они предусмотрены – не предусмотрено**

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**
Эссе 1	2/4	30
Эссе 2	2/12	30
Перевод статьи №1	2/10	20
Перевод статьи №2	2/17	20
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0,4		
Промежуточная аттестация по лекциям – *экзамен* **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**
Домашняя работа 1	2/6	30
Домашняя работа 2	2/11	30
Проект	2/15	40
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 2	**1**

ПРИЛОЖЕНИЕ 2
к рабочей программе дисциплины

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.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3
к рабочей программе дисциплины

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 предусмотрено*

8.3.4. Перечень примерных вопросов для зачета *не предусмотрено*

8.3.5. Перечень примерных вопросов для экзамена

1. Что такое внутренняя и внешняя валидность? (определение)
2. Возможна ли в социальном эксперименте «экспериментальная изоляция»?
3. Что такое «конкурентные гипотезы»? (определение)
4. Почему эксперименты по плану 4 (план с предварительным и итоговым тестированием и контрольной группой) могут оказаться невоспроизводимыми?
5. Что такое «конкурентные интерпретации»? (определение)
6. Каковы источники (виды) значимых, но посторонних различий, возникающие в ходе внутригрупповой истории в экспериментальном плане 4 (план с предварительным и итоговым тестированием и контрольной группой)?
7. Что такое контрольная группа? (определение) Зачем она нужна?
8. Что, по Кэмпбеллу, является оптимальным решением для устранения смещений, вносимых внутригрупповой историей, в экспериментальный план 4 (план с предварительным и итоговым тестированием и контрольной группой)?
9. Что такое «соперничающие переменные»? (определение)
10. С каким из планов имеет внешнее сходство план 7 (временных серий)?
11. Что такое «рандомизация»? (определение)
12. В чем состоит принципиальное отличие плана 6 от плана 4?
13. Что такое «принцип экономичности»? (определение)
14. В чем состоит принципиальное отличие плана 10 от плана 4?
15. Каковы угрозы внутренней валидности? (перечислить)
16. В какие типы сгруппированы виды эксперимента у Кэмпбелла? (перечислить типы)
17. Обязательно ли предварительное тестирование для истинного эксперимента? (да / нет)
18. В чем состоят недостатки плана 10 (план с неэквивалентной контрольной группой)?
19. Как влияет на эксперимент (по плану 10 - с неэквивалентной контрольной группой) участие добровольцев? (ослабляет / усиливает)
20. Почему, несмотря на существенные недостатки, план 10 (план с неэквивалентной контрольной группой) получил большое распространение в педагогических исследованиях?
21. В чем принципиальное отличие доэкспериментальных планов от экспериментальных?
22. В каких случаях следует применять план 10 (план с неэквивалентной контрольной группой)?
23. Что такое «двойной слепой эксперимент»? Для чего он нужен?
24. В чем принципиальное отличие экспериментальных планов от квазиэкспериментальных?

25. Что такое «группа-плацебо» и для чего она нужна?
26. В каких случаях план 15 («лоскутный») является наилучшим?
27. Что такое «экспериментальная изоляция» и зачем она нужна?
28. Допустимо ли участие добровольцев в плане 10 (план с неэквивалентной контрольной группой)? (да / нет)
29. Что предпочтительнее для выравнивания групп – предварительное тестирование или рандомизация?
30. Почему, несмотря на существенные недостатки, план 10 (план с неэквивалентной контрольной группой) получил большое распространение в педагогических исследованиях?
31. Что такое внутренняя валидность? (определение, виды)
32. В чем состоит идея «временных серий»?
33. В чем состоит принципиальное отличие доэкспериментальных планов от квазиэкспериментальных?
34. Что, по Кэмпбеллу, является оптимальным решением для устранения смещений, вносимых внутригрупповой историей, в экспериментальный план 4 (план с предварительным и итоговым тестированием и контрольной группой)?

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*