

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1165437	Профессиональный курс 8

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Демографическая политика региона и социальная аналитика	Код ОП 1. 39.04.01/33.04
Направление подготовки 1. Социология	Код направления и уровня подготовки 1. 39.04.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Черешова Светлана Васильевна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Старший преподаватель	организации работы с молодежью

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Профессиональный курс 8**

1.1. Аннотация содержания модуля

Курс обеспечивает формирование знаний, умений и навыков осуществления планирования, управления и контроля демографической маркетинговой деятельностью корпоративной сферы, некоммерческих организаций, государственных органов, организаций и учреждений с целью формирования эффективной демографической политики. Особенность дисциплины заключается в усиленном внимании к вопросам применения маркетинга в социальной сфере, некоммерческих и социально-ориентированных организациях, а также при решении демографических проблем посредством разработки и последующей реализации демографических маркетинговых программ. Использование активных форм обучения позволит студентам приобрести конкретные навыки, необходимые для успешной карьеры в профессиональной деятельности.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Профессиональный курс 8	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Профессиональный курс 8	ПК-7 - Способен разрабатывать и организовывать реализацию социально-демографических маркетинговых программ с	З-1 - Знать теории и парадигмы в области маркетинговых составляющих, необходимых для создания и успешной реализации социально-демографических программ, разработки и выведения на рынок социально-ориентированных товаров

	использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>(услуг), нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации</p> <p>З-3 - Знать методы изучения рынка и его потенциала, тенденций развития</p> <p>У-2 - Уметь разрабатывать, тестировать и внедрять социально-ориентированные товары (услуги), определять их конкурентоспособный ассортимент; создавать нематериальные активы (бренды) и осуществлять управление ими в организации</p> <p>П-1 - Владеть навыками использования инструментов комплекса маркетинга для реализации социально-демографических маркетинговых программ</p>
	ПК-8 - Способен осуществлять управление маркетинговой деятельностью в некоммерческих и социально-ориентированных организациях	<p>З-1 - Знать принципы стратегического и оперативного планирования, управления организацией</p> <p>З-2 - Знать методы управления бизнес-процессами, управления проектами, методы и организационные возможности управления изменениями в социально-ориентированных организациях</p> <p>У-1 - Уметь формировать маркетинговую социально-демографическую стратегию организации</p> <p>У-2 - Уметь осуществлять планирование и контроль социально-демографической маркетинговой деятельности организации</p> <p>У-3 - Уметь планировать и разрабатывать бюджет реализуемых социально-демографических маркетинговых проектов</p> <p>П-1 - Владеть навыками организации маркетинговой деятельности в некоммерческих социально-ориентированных организациях</p> <p>П-2 - Владеть навыками оценки результативности маркетинговой деятельности социально-ориентированных организаций</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Профессиональный курс 8

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Черешова Светлана Васильевна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Старший преподавате ль	УрФУ
2	Шмарова Ирина Викторовна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	экономики и управления на металлургических и машиностроитель ных предприятиях

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 39 от 20.03.2024 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Шмарова Ирина Викторовна, Доцент, экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Основные направления маркетинговых исследований.	Понятие маркетинговых исследований, основополагающие направления маркетинга. Цели, задачи, этапы маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований. Требования к реализации маркетинговых исследований. Методы исследований в маркетинге: общенаучные; аналитико-прогностические; методические приемы, заимствованные из разных областей знаний.
P2	Маркетинговая информация: виды, источники, критерии выбора	Сущность информационного обеспечения исследований в маркетинге. Виды и методы сбора информации: по назначению, по охвату, по периодичности возникновения, по способу получения, по формам представления. Типы первичных и вторичных данных маркетинговой информации, достоинства и недостатки этих типов информации. Критерии выбора источников маркетинговой информации.
P3	Разработка плана маркетингового исследования. Выборка.	Цель и процесс маркетинговых исследований: постановка проблемы; осуществление сбора вторичной и первичной информации; отбор наиболее достоверной, качественной информации; технология анализа информации. Основные виды планов маркетингового исследования, их составляющие. Понятие выборки и ее виды. Методы отбора информации: случайный, систематический, кластерный, стратифицированный. Ошибки выборки, ее источники (измерения, неполучение ответа при обследовании, обработка выборочных данных, случайные причины). Определение

		объема и процедуры выборки. Разработка плана выборочного исследования. Организация и проведение сбора данных. Контроль за процессом сбора данных.
P4	Формы и методы маркетинговых исследований	Качественные и количественные исследования. Границы их применения. Разведочные, описательные и казуальные исследования. Полевые и кабинетные исследования. Методы проведения полевых исследований: опрос, наблюдение, эксперимент. Глубинное (направленное) интервью, методы его проведения (лестницы, скрытых проблем и символического анализа). Проективные методы исследований, методы опроса потребителей, подготовка интервьюеров. Понятия личного интервью, анкеты. Применение эксперимента в маркетинговых исследованиях. Роль наблюдений в маркетинговых исследованиях, классификация наблюдений, понятие систематического натурального наблюдения. Целесообразность маркетинговых исследований при отсутствии конкретных данных по изучаемому объекту. Анализ содержания бесед: ассоциативных, проецируемых тестов, ретроспективных бесед, бесед с опорой на творческое воображение, вызывающих нерешительность или волнение, бесед в группах, экстенсивных тестов.
P5	Обработка и анализ маркетинговой информации	Применение методов статистического анализа при обработке результатов маркетингового исследования. Определение средних значений, разброса и стандартных ошибок. Графическое представление результатов маркетинговых исследований. Ассоциативный анализ данных при подготовке маркетинговых решений: интерпретация связей между переменными. Методы корреляционного и регрессионного, факторного, кластерного анализа и возможности/ограничения их использования. Компьютерные программы обработки данных.
P6	Прогнозирование на основе результатов проведенного исследования	Сущность прогнозирования, виды прогнозирования: срочное, среднесрочное, краткосрочное. Методы прогнозирования рынка: опрос, обобщение оценок отдельных торговых агентов и руководителей сбытовых подразделений; прогнозирование на базе прошлого оборота; корреляционный анализ; прогнозирование на основе доли рынка; пробный маркетинг.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональный курс 8

Электронные ресурсы (издания)

1. Белоусова, Л. А.; Маркетинг в социальной сфере : учебно-методическое пособие.; Уральский государственный технический университет, Екатеринбург; 2005; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39349> (Электронное издание)
2. Каташинских, В. С., Вишневого, Ю. Р.; Методы сбора социальной информации : практикум.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/106417.html> (Электронное издание)
3. Лопатина, Н. В.; Социология маркетинга : учебное пособие.; Академический проект, Москва; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/110097.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Галицкий, Е. Б.; Маркетинговые исследования : учебник для магистров.; Юрайт, Москва; 2012 (7 экз.)
2. Белоусова, Л. А., Кашперский, В. И., Мокроносов, Г. В., Пичурин, И. И.; Маркетинг в социальной сфере : учеб. пособие.; УГТУ-УПИ, Екатеринбург; 2008 (3 экз.)
3. Добренков, В. И., Кравченко, А. И.; Методы социологического исследования : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 020300 "Социология"; ИНФРА-М, Москва; 2006 (1 экз.)
4. Кравченко, А. И.; Методология и методы социологических исследований : учебник для бакалавров.; Юрайт, Москва; 2014 (2 экз.)
5. Тульчинский, Г. Л.; Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Культурология"; Лань, Санкт-Петербург ; Москва ; Краснодар; 2009 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
3. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.ecsocman.edu.ru – Федеральный образовательный портал Экономика. Социология. Менеджмент
2. <http://mirknig.com> – сайт «Мир книг»
3. www.consultant.ru - справочно-правовая система – Консультант Плюс
4. www.garant.ru - информационно-правовое обеспечение – Гарант
5. <http://study.ustu.ru> –портал информационно-образовательных ресурсов УрФУ
6. <http://librarybseuby.ucoz.ru> информационный сайт Библиотечка экономиста

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональный курс 8

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)

4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)