

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н.
КОСЫГИНА»**

**Аннотации рабочих программ
по направлению
39.04.01 СОЦИОЛОГИЯ**

«СОЦИОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА»

Вид профессиональной деятельности выпускника:
научно-исследовательская деятельность
педагогическая
(академическая магистратура)

Квалификация

Магистр

Форма обучения	-	Нормативный срок освоения программы
Очная	-	2 года
Очно-заочная	-	2 года 6 месяцев

Руководитель программы, д-р педагогических наук, проф. Е.Г. Карпова

БЛОК 1 «БАЗОВАЯ ЧАСТЬ»

Аннотация рабочей программы «ИСТОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ НАУКИ»

Разработчик: д.философ.наук проф. Яковлева Любовь Евгеньевна	
Форма обучения	очная
Курс:	1
Семестр:	1
Лекции:	18
Практические:	18
Самостоятельная работа студента:	18
Контроль:	54
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3
Итоговый контроль	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «История и методология науки» является получение знаний одинаково значимых для всех студентов по направлению 39.04.01 Социология независимо от наименования магистерской программы и вида профессиональной деятельности, к которой готовится магистр. А именно: ввести студента в вариативный контекст философского осмысления узловых проблем развития науки и техники и социально-гуманитарных последствий этого развития. Сформировать ответственную социокультурную позицию при выборе стратегии исследовательской деятельности. Выработка этой позиции предполагает: овладение понятийным аппаратом, характеризующим особенности основных этапов развития науки, сменяющих друг друга типов рациональности; овладение современным методологическим инструментарием, позволяющим использовать приобретенные знания о логике научного открытия и закономерностях развития науки для выполнения квалификационных работ по профилю специальности; приобретение навыков моделирования проблемных ситуаций и способов их решения, научной аргументации; овладение практическими навыками социально-философского анализа и мировоззренческой оценки социальных последствий технического прогресса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «История и методология науки» включена в Блок 1. Дисциплины (модули) базовой части учебных планов подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология.

Дисциплина «История и методология науки» базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования, и является базовой для освоения дисциплин вариативной части всех магистерских программ в рамках направления 39.04.01.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – Экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 «Социология» должна формировать обладание следующими компетенциями ОК-1

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: исходные общегуманитарные понятия; философские законы и принципы; основы гуманитарных, социальных и психологических наук Уметь: соотносить внешние факты и события с теоретическими концепциями и мировоззренческими позициями Владеть: базовыми теоретическими и мировоззренческими «картинами» познаваемого объекта	Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

4. Разделы дисциплины

- 1 Возникновение науки и основные стадии ее исторической эволюции
- 2 Структура научного знания
- 3 Логика и методология науки. Методы научного познания и их классификация.
- 4 Динамика науки как процесс порождения нового знания
- 5 Научные традиции и научные революции. Типы научной рациональности

Аннотация рабочей программы «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

Разработчик: канд.наук доцент Савицкая Татьяна Прохоровна

Форма обучения	очная	очная
Курс:	1	1
Семестр:	1	2
Лекции:	0	0
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	54	54
Контроль:		36
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	3
Итоговый контроль	Зачет	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Деловой иностранный язык» является получение знаний одинаково значимых для всех по направлению 39.04.01, независимо от наименования магистерской программы и вида профессиональной деятельности, к которой готовится магистр. Задачей курса является развитие практических навыков коммуникативной компетенции, необходимой для квалифицированной, информационной и творческой деятельности в различных сферах и ситуациях делового партнерства, научного и повседневного общения. Дисциплина «Деловой иностранный язык» является культурным и социальным явлением, позволяет ставить общеобразовательные и воспитательные цели. Достижение общеобразовательных целей на данном этапе означает дальнейшее повышение уровня образования в различных областях науки и техники, культуры, а также формирование у магистров навыков самообразовательной компетенции. Практические задачи дисциплины «Деловой иностранный язык» состоят в том, чтобы

развить у магистрантов умение систематически следить за используемой и технической информацией по соответствующему профилю; свободно читать и понимать зарубежные первоисточники по своей специальности и извлекать из них необходимые сведения; оформлять извлеченную информацию в удобную для использования форму в виде аннотаций, переводов, рефератов, эссе, докладов; самостоятельно работать с учебной зарубежной литературой, монографиями, интернетом для приобретения навыков, знаний и умений; вести диалог на иностранном языке по деловой и социально-культурной тематике.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Деловой иностранный язык» включена в Блок 1. Дисциплины (модули) базовой части учебных планов подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология.

Дисциплина «Деловой иностранный язык» базируется на знаниях, умениях и владениях, полученных при освоении компетенций предыдущего уровня высшего образования. Освоение данной дисциплины необходимо для приобретения знаний, умений и формирования компетенций в сфере научной и профессиональной деятельности для получения квалификации «магистра».

Дисциплина является базовой для освоения дисциплин вариативной части всех магистерских программ в рамках направления 29.04.01 .

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине в семестре 1 – Зачет

Итоговая аттестация по дисциплине в семестре 2 – Экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать общекультурные компетенции: ОК-2; ОПК-1

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-2: готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать: состав и содержание нормативных документов, регламентирующих профессиональную деятельность; степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов</p> <p>Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач</p>	<p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p>
ОПК-1: способность свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения, владением навыками редактирования и перевода профессиональных текстов	<p>Знать: грамматику, лексику стилистику разговорной речи на русском и иностранном языках в рамках межличностного общения</p> <p>Уметь: общаться по гуманитарной и профессиональной тематике</p> <p>Владеть: разговорным уровнем освоения языка, навыками перевода со словарем</p>	<p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Деловая сфера общения. Устройство на работу. Интервью и резюме. Знакомство с фирмой.
2. Деловая и профессиональная сфера общения. Моя будущая профессия. Рабочий день делового человека. Деловой телефонный разговор. Повседневное общение на работе. Переписка и деловая документация. Моя научная работа.

Аннотация рабочей программы «СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	162	162
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	216	216
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	6	6
Итоговый контроль	Зачет с оценкой Курсовая работа	Зачет с оценкой Курсовая работа

1. Цели освоения дисциплины:

Курс «Современные социологические теории» ставит своей целью ввести студента в вариативный контекст социально-философского осмысления узловых проблем развития науки и практики и социально-гуманитарных последствий этого развития. Сформировать ответственную социокультурную позицию при выборе стратегии исследовательской деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Современные социологические теории» включена в Блок 1 (Дисциплины) базовой части Учебного плана. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина являются философия и социология (дисциплины, предусмотренные ФГОС ВО для квалификации бакалавр): «Основы социологии», «Социология культуры», «Современные социологические теории» и др.

Дисциплина «Современные социологические теории» является основополагающей для изучения всех последующих дисциплин, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят методологический характер. Особенностью дисциплины является высокий уровень абстракции научного языка (категориального ряда дисциплины).

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **зачет с оценкой, курсовая работа.**

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Современные социологические теории» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 «Социология маркетинга» должна формировать обладание следующими компетенциями ОК-1, ОПК-2, ОПК-3.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: Исходные общегуманитарные понятия; философские законы и принципы в социологии маркетинга; основы гуманитарных, социальных наук для изучения современных социологических теорий Уметь: Соотносить внешние факты и события с теоретическими концепциями и мировоззренческими	Лекции, практические занятия, курсовая работа, самостоятельная работа

	<p>позициями в социологии маркетинга для изучения современных социологических теорий</p> <p>Владеть: Базовыми теоретическими и мировоззренческими «картинами» познаваемого объекта в социологии маркетинга для изучения современных социологических теорий</p>	
<p>ОПК-2: Способностью использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук</p>	<p>Знать: Философские законы и принципы в социологии маркетинга, базовые знания гуманитарных, социальных наук для изучения современных социологических теорий</p> <p>Уметь: Строить непротиворечивое, обоснованное рассуждение в социологии маркетинга; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, делать выводы в социологии маркетинга</p> <p>Владеть: Дисциплиной мышления на уровне понятий, суждений и умозаключений, аналитическими и каузальными способностями в социологии маркетинга</p>	<p>Лекции, практические занятия, курсовая работа самостоятельная работа.</p>
<p>ОПК-3: способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию в социологии маркетинга для изучения современных социологических теорий; научную аргументацию для изучения современных социологических теорий.</p> <p>Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер социального воздействия и оценку его эффекта в социологии маркетинга, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности.</p> <p>Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования в социологии маркетинга; навыками политического, экономического, социологического анализа для изучения современных социологических теорий</p>	<p>Лекции, практические занятия, курсовая работа самостоятельная работа.</p>

4. Разделы дисциплины

Предмет и основные концепции современной социологической науки
 Социально-философские проблемы социологических наук
 Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук
 Перспективы социального и научно-технического прогресса

Аннотация рабочей программы «СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	Очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Лекции:	18	18
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	126	126
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	180	180
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	5	5
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

Курс «Социальное управление» ставит своей целью ввести студента в вариативный контекст социального осмысления узловых проблем развития науки и практики и социально-гуманитарных последствий этого управления и развития. Сформировать ответственную социокультурную позицию при выборе стратегии социального управления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социальное управление» включена в Блок 1 (Дисциплины) базовой части учебного плана. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина является «Современные социологические теории» и др.

Дисциплина «Социальное управление» является основополагающей для изучения всех последующих дисциплин, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят методологический характер. Особенностью дисциплины является высокий уровень абстракции научного языка (категориального ряда дисциплины).

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социальное управление» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ОК-3, ОПК-3, ОПК-4

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-3: Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: основы социологии коммуникаций, экономической социологии и социального управления Уметь: строить организационное поведение, владеть навыками делового общения и управления. Осуществлять диагностику в трудовом коллективе для оптимизации деятельности в социальном управлении. Владеть: теоретической основой и методами социологии управления, профессиональной социологии, профессиональной диагностики, методиками оценки и коррекции состояний для оптимизации деятельности в социальном управлении.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ОПК-3: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудиторией	Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию в социальном управлении. Владеть научной аргументацией в социальном управлении. Знать социальные закономерности делового взаимодействия в организации в социальном управлении. Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности в социальном управлении. Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования в социальном управлении; навыками политического, экономического, социологического анализа в социальном управлении.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ОПК-4: Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной	Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости в социальном управлении. Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения в социальном управлении.; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности в	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа

деятельности	социальном управлении. Владеть: владеть основами межкультурной компетенции, методами анализа культурных феноменов, навыками межкультурного и межпрофессионального взаимодействия	
--------------	---	--

4. Разделы дисциплины

1. Социальное управление в системе социологического знания
2. Социальное управление как система
3. Модели социального управления
4. Управление и манипулирование в социальных отношениях
5. Управление в условиях агрессивной среды

БЛОК 1 «ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ»

Аннотация рабочей программы «ПРЕДСТАВЛЕНИЕ НАУЧНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	Очная, очно-заочная
Курс:	1
Семестр:	1
Лекции:	-
Практические:	36
Самостоятельная работа студента:	36
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	72
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	2
Итоговый контроль	Зачет

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью является формирование у студентов широкого научного кругозора, развитых способностей поиска, обработки и критического анализа научной информации; основанных на знакомстве с актуальными теоретическими и практическими исследованиями и разработками, на навыках самостоятельного осуществления различных видов научных работ.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина включена в Блок 1 (Дисциплины) вариативной части Учебного плана. Условием успешного изучения дисциплины является предварительное усвоение такой дисциплины, как «Современные социологические теории», «История и социология науки». Полученные знания в последующем закрепляются и развиваются в процессе изучения дисциплины «Социологические исследования в маркетинге», «Научные исследования в социологии маркетинга», «Современные методы исследования в социологии маркетинга», а также в ходе практик и работы над магистерской диссертацией под руководством научного руководителя.

Итоговый контроль по дисциплине- **зачет**

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Представление научных результатов» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 «Социология маркетинга» должна формировать следующие компетенции ОПК-3; ПК-1; ПК-2;

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОПК-3: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной	Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социальные закономерности делового взаимодействия в организации с использованием научных методов исследования и представлением научных результатов Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности с использованием научных методов исследования и представлением научных результатов Владеть: терминологическим аппаратом, методами,	практические занятия, самостоятельная работа

аудитории	методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа с использованием научных методов исследования и представлением научных результатов	
ПК-1: Способностью и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения	<p>Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, социальная психология, профессиональная психология, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии) для обобщения и представления научных результатов исследования.</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем с использованием научных методов исследования и представлением научных результатов.</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики с использованием научных методов исследования и представлением научных результатов.</p>	практические занятия, самостоятельная работа
ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований для представления научных результатов исследования.</p> <p>Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики и техники психологии управления с использованием научных методов исследования и представлением научных результатов.</p> <p>Владеть: Развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и, типологизации, каузальными и аналитическими способностями) с использованием научных методов исследования и представлением научных результатов</p>	практические занятия, самостоятельная работа

4 Разделы дисциплины

1. Методология магистерской диссертации
2. Логика представления научного исследования
3. Устная презентация научных результатов

4. Финансирование научных исследований
5. Использование информационных технологий в научном исследовании
6. Письменная презентация научных результатов.
Написание научных статей
7. Методы научного исследования и их практическое применение

Аннотация рабочей программы «СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В СОЦИОЛОГИИ МАРКЕТИНГА»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	36	36
Контроль:	36	36
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	Экзамен	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Сформировать у студентов знания, умения и навыки, позволяющие самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность на основе современных методов социологических исследований.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина включена в Блок 1 (Дисциплины) вариативной части Учебного плана.

Условием успешного изучения дисциплины является предварительное усвоение такой дисциплины, как «Современные социологические теории», «История и методология науки», «Деловой иностранный язык». Полученные знания в последующем закрепляются и развиваются в процессе изучения дисциплин «Социологическое прогнозирование в маркетинге» и др. Освоение дисциплины является необходимой основой для участия в научно-техническом семинаре, а также в ходе научно-исследовательских и др. практик и работы над магистерской диссертацией под руководством научного руководителя.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **экзамен**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Современные методы исследования в социологии маркетинга» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ОПК-3, ОПК-4, ПК-3, ПК-4.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОПК-3: способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории	Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию в современных методах исследования в социологии маркетинга. Владеть научной аргументацией в современных методах исследования в социологии маркетинга. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации в современных методах исследования в социологии маркетинга. Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности в современных методах исследования в социологии маркетинга. Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического,	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

	экономического, социологического анализа в современных методах исследования в социологии маркетинга.	
ОПК-4: Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	<p>Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни психического и интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости в современных методах исследования в социологии маркетинга.</p> <p>Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения в современных методах исследования в социологии маркетинга; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности в современных методах исследования в социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: основами межкультурной компетенции, методами анализа культурных феноменов, навыками межкультурного и межпрофессионального взаимодействия в современных методах исследования в социологии маркетинга.</p>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ПК-3: Способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований в современных методах исследования в социологии маркетинга.</p> <p>Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками в современных методах исследования в социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: Навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария в современных методах исследования в социологии маркетинга</p>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.
ПК-4: Способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории	<p>Знать: способы профессионально составлять и оформлять отчеты, результаты исследовательской работы современных методов исследования в социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p> <p>Уметь: использовать отчеты, результаты исследовательской работы современных методов исследования в социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p> <p>Владеть: навыками профессионально составлять и оформлять научные отчеты, представлять результаты современных методов исследования в социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

4. Разделы дисциплины

1. Эмпирические социологические исследования: понятие и виды
2. Опросные методы в современных социологических исследованиях
3. Методология и технология интервью

4. Экспертный опрос в социологии
5. Социологическое наблюдение и эксперимент
6. Социологический анализ документов
7. Логика и программа социологического исследования
8. Теория и методология выборки
9. Социологический анализ эмпирических данных

Аннотация рабочей программы «МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИИ МАРКЕТИНГА»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	45	18
Контроль:	27	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения обучения является формирование у студентов навыков научного мышления, обучение основам методологии, организации и методики проведения научно-исследовательской работы в области профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина включена в Блок 1 (Дисциплины) вариативной части Учебного плана. Условием успешного изучения дисциплины «Методология и методы социологии маркетинга» является предварительное усвоение такой дисциплины, как «Современные социологические теории», «История и методология науки». Полученные знания в закрепляются и развиваются в процессе изучения дисциплины «Представление научных результатов», Освоение дисциплины является необходимой основой для участия в научно-техническом семинаре, а также в ходе практик и работы над магистерской диссертацией под руководством научного руководителя.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Методология и методы социологии маркетинга» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ОПК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-13.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОПК-4: Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей	Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости в методологии и методах социологии маркетинга. Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения в методологии и методах социологии маркетинга; использовать новые методики социологических исследований и методики, выходящие за	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа

<p>профессиональной деятельности</p>	<p>пределы профиля профессиональной деятельности. Владеть: основами межкультурной компетенции, методами анализа культурных феноменов, навыками межкультурного и межпрофессионального взаимодействия в методологии и методах социологии маркетинга.</p>	
<p>ПК-1: Способностью и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции в методологии и методах социологии маркетинга (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии). Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем в методологии и методах социологии маркетинга. Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики в методологии и методах социологии маркетинга.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований маркетинга. Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в методологии и методах социологии маркетинга; использовать методы социального управления. Владеть: Развитыми логическими и исследовательскими способностями в методологии и методах социологии маркетинга; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями в методологии и методах социологии маркетинга (концептуализации, классификации и, типологизации, каузальными и аналитическими способностями)</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>
<p>ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании методологии и методов социологии маркетинга. Уметь: применять современные методы и методики преподавания социологических дисциплин, современные</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>

(углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	технологии обучения в методологии и методах социологии маркетинга. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями.	
---	---	--

4 Разделы дисциплины

1. Роль философских и общенаучных знаний в методологии и методах социологии маркетинга
2. Системный подход в методологии и методах социологии маркетинга
3. Тезаурус системного анализа в методологии и методах социологии маркетинга
4. Принципы системной классификации в методологии и методах социологии маркетинга
5. Использование информационных технологий
6. Письменная презентация научных результатов. Написание научных статей
7. Методология и методы научного исследования в социологии маркетинга и их практическое применение

Аннотация рабочей программы «СОЦИОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЩНОСТЕЙ»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	36	36
Контроль:	36	36
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Формирование у студентов системы теоретических знаний об устройстве (структуре), природе, механизмах и закономерностях функционирования общества как социальной системы, а также практических навыков исследования социальной реальности. Дисциплина «Социология социальных общностей» дает возможность познакомиться с основными закономерностями и формами регуляции социального поведения, научиться выделять и анализировать особенности социальных общностей, овладеть основами социологического исследования, приобрести навыки социологического мышления.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социология социальных общностей» включена в Блок 1 (Дисциплины) вариативной части дисциплин Учебного плана. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина являются философия и социология (дисциплины, предусмотренные ФГОС ВО для квалификации бакалавр): «Основы социологии», «Социология культуры», «Современные социологические теории», «Социально-территориальные особенности регионального развития» и дисциплины 1

семестра магистратуры «Современные социологические теории», «История и методология науки» и др.

Дисциплина «Социология социальных общностей» является основополагающей для изучения всех последующих дисциплин, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят методологический характер. Особенностью дисциплины является высокий уровень абстракции научного языка (категориального ряда дисциплины).

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социология социальных общностей» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ОК-2, ПК-2

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-2: Готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: состав и содержание нормативных документов, регламентирующих профессиональную деятельность в социологии социальных общностей; степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов в социологии социальных общностей. Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие профессиональную деятельность в социологии социальных общностей. Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач в социологии социальных общностей.	практические занятия, самостоятельная работа
ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий	Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы исследований в социологии социальных общностей. Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики и техники управления в социологии социальных общностей. Владеть: Развитыми логическими и исследовательскими способностями в социологии социальных общностей; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями в социологии социальных общностей (концептуализации, классификации и типологизации, каузальными и аналитическими способностями)	практические занятия, самостоятельная работа

4. Разделы дисциплины

1. Теоретико-методологические основы анализа социологии социальных общностей
2. Социальная организация как объект изучения социологии.

3. Социология девиантного поведения
4. Социальная стратификация.

Аннотация рабочей программы «СОЦИОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ И ПРОЦЕССОВ»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	45	18
Контроль:	27	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

«Социология социальных институтов и процессов» является изучение магистрантов теоретических и методологических основ исследования социальных институтов современного общества, а также анализ конкретных социальных процессов, происходящих в данной сфере применительно к различным типам общественных систем и разновидностям современных обществ.

Дисциплина «Социология социальных институтов и процессов» обеспечивает приобретение знаний и умений, содействует совершенствованию образования, формированию профессиональных навыков и представлений об имеющихся методах изучения социоструктурных изменений, о моделях социальной стратификации, процессах, реализуемых в рамках социальной мобильности в условиях динамики современного общества.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социология социальных институтов и процессов» включена в блок 1 (дисциплины) вариативной части дисциплин учебного плана. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина являются философия и социология дисциплины, предусмотренные ФГОС ВО бакалавриата: «Основы социологии», «Социология культуры», «Современные социологические теории», «Социально-территориальные особенности регионального развития».

Дисциплина «Социология социальных институтов и процессов» является основополагающей для изучения всех последующих дисциплин, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят методологический характер. Особенностью дисциплины является высокий уровень абстракции научного языка (категориального ряда дисциплины).

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социология социальных институтов и процессов» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ОК-2, ПК-2.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-2: Готовностью	Знать: состав и содержание нормативных документов,	Лекции,

<p>действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	<p>регламентирующих профессиональную деятельность в социологии социальных институтов; степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов в социологии социальных институтов. Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие профессиональную деятельность социологии социальных институтов. Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач в социологии социальных институтов.</p>	<p>практические занятия, самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований в социологии социальных институтов. Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований в социологии социальных институтов; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в социологии социальных институтов; использовать методики и техники психологии управления в социологии социальных институтов. Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями в социологии социальных институтов; технологиями и способами поиска информации в социологии социальных институтов; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и типологизации, каузальными и аналитическими способностями)</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Роль философских и общенаучных знаний в методологии и методах социологии маркетинга
2. Системный подход в методологии и методах социологии маркетинга
3. Тезаурус системного анализа в методологии и методах социологии маркетинга
4. Принципы системной классификации в методологии и методах социологии маркетинга
5. Использование информационных технологий
6. Письменная презентация научных результатов. Написание научных статей
7. Методология и методы научного исследования в социологии маркетинга и их практическое применение

Аннотация рабочей программы «ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ В СОЦИОЛОГИИ МАРКЕТИНГА»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	72	72
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	Зачет с оценкой Курсовая работа	Зачет с оценкой Курсовая работа

1. Цели освоения дисциплины

В результате изучения курса «Общественное мнение в социологии маркетинга» студенты должны получить основы теории общественного мнения в области социологии и маркетинга, иметь представления о проблемных аспектах теоретических и эмпирических исследований в областях изучения общественного мнения, овладеть профессиональными навыками социолога-исследователя и системного аналитика в данной области социологического знания.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Общественное мнение в социологии маркетинга» включена в Блок 1 (дисциплины) вариативной части дисциплин учебного плана. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина являются философия и социология: «Основы социологии», «Социология маркетинга», «Современные социологические теории», «Социально-территориальные особенности регионального развития» в бакалавриате, и дисциплины 1 семестра магистратуры «Современные социологические теории», «История и методология науки» и др.

Дисциплина «Общественное мнение в социологии маркетинга» является основой для изучения всех последующих дисциплин, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят методологический характер. Особенностью дисциплины является высокий уровень абстракции научного языка (категориального ряда дисциплины).

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **зачет с оценкой, курсовая работа.**

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Общественное мнение в социологии маркетинга» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 «Социология маркетинга» должна формировать следующие компетенции ПК-1, ПК-4.

✓

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК-1: Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения	<p>Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции в социологии маркетинга (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, общая и социальная психология, психология личности, профессиональная психология, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии).</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем в социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического и психологического консультирования в социологии маркетинга, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики в социологии маркетинга.</p>	<p>Лекции, практические занятия, курсовая работа, самостоятельная работа</p>
ПК-4: Способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории	<p>Знать: способы профессионально составлять и оформлять отчеты, результаты исследовательской работы прогнозирования социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p> <p>Уметь: использовать отчеты, результаты исследовательской работы прогнозирования в социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p> <p>Владеть: навыками профессионально составлять и оформлять научные отчеты, представлять результаты прогнозирования в социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p>	<p>Лекции, практические занятия, курсовая работа, самостоятельная работа</p>

Аннотация рабочей программы «НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СОЦИОЛОГИИ МАРКЕТИНГА»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	2
Семестр:	1	3
Лекции:	18	18
Практические:	18	18

Самостоятельная работа студента:	36	36
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	72	72
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	2	2
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Научные исследования в социологии маркетинга» является познакомить студентов, обучающихся в магистратуре, с методологией и технологией проведения научных исследований в области социологии маркетинга. Описать и дать характеристику существующих методов научных исследований, описать этапы проведения научных исследований, дать примеры планирования и осуществления научных исследований в разных областях и проанализировать основные проблемы, с которыми сталкивается социолог и маркетолог при проведении научных исследований в области социологии маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина включена в блок 1 (дисциплины) вариативной части дисциплин Учебного плана. Условием успешного изучения дисциплины является предварительное усвоение такой дисциплины, как «Современные социологические теории», «Методология и методы социологии маркетинга». Полученные знания в последующем закрепляются и развиваются в процессе изучения дисциплины «Социологические исследования в маркетинге», а также в ходе практик и работы над магистерской диссертацией под руководством научного руководителя.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Научные исследования в социологии маркетинге» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 «Социология маркетинга» должна формировать следующие компетенции: ОПК-3, ПК-2, ПК-3, ПК-4.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОПК-3: способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию в социологии маркетинга. Владеть научной аргументацией в социологии маркетинга. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации в социологии маркетинга.</p> <p>Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности в социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования в социологии маркетинга; навыками политического, экономического, социологического анализа.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.</p>

<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: основы формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях прогнозирования в социологии маркетинга и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий. Уметь: самостоятельно формулировать цели и задачи при исследованиях в социологии маркетинга и решать их, используя новейший опыт и информационные технологии. Владеть: навыками самостоятельно ставить цели и решать задачи исследований в социологии маркетинга, используя современные методы исследования, новейший опыт, современную аппаратуру и информационные технологии.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.</p>
<p>ПК-3: Способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований в социологии маркетинга. Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками в социологии маркетинга. Владеть: Навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария в социологии маркетинга.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.</p>
<p>ПК-4: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: способы профессионально составлять и оформлять отчеты, результаты исследовательской работы прогнозирования в социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории. Уметь: использовать отчеты, результаты исследовательской работы прогнозирования в социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории. Владеть: навыками профессионально составлять и оформлять научные отчеты, представлять результаты прогнозирования в социологии маркетинга с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.</p>

4. Разделы дисциплины

1. Цели и виды научного исследования в социологии маркетинга
2. Этапы и логика проведения научного исследования в социологии маркетинга
3. Методология и технология проведения научного исследования в социологии маркетинга
4. Финансирование научных исследований в социологии маркетинга
5. Использование информационных технологий в научных исследованиях в социологии маркетинга
6. Письменная презентация научных результатов. Написание научных статей
7. Методы научного исследования и их практическое применение

Аннотация рабочей программы «ПРАКТИКУМ ПО СОЦИОЛОГИИ МАРКЕТИНГА»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	18	18
Контроль:	54	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целью данной дисциплины является формирование у студентов целостного представления о практических аспектах социологии маркетинга, её стратегии и тактике рыночной деятельности и специфики ее реализации в условиях современной ситуации. В ходе курса студентам раскрываются базовые понятия и функции социологии маркетинга; инструменты маркетинговых и социологических исследований; построение современных маркетинговых стратегий, выявляются перспективные формы практики социологии маркетинга. В ходе курса необходимо ознакомить студентов с историей и новейшими теоретическими и прикладными разработками в области социологии маркетинга. Помимо этого, курс нацелен на формирование навыка использования знаний, полученных в ходе изучения других предметов применительно к социологии маркетинга. Особый акцент делается на рассмотрении конкретных методик прикладных исследований с целью сформировать у студентов навык адекватного выбора метода для решения разного рода исследовательских проблем.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Практикум по социологии маркетинга» включена в блок 1 (Дисциплины) вариативной части дисциплин по выбору Учебного плана. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина являются философия и социология (дисциплины, предусмотренные ФГОС ВО для квалификации бакалавр): «Основы социологии», «Социология маркетинга», «Современные социологические теории», «Социально-территориальные особенности регионального развития».

Дисциплина «Практикум по социологии маркетинга» является основополагающей для изучения всех последующих дисциплин, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят методологический характер. Особенностью дисциплины

является высокий уровень абстракции научного языка (категориального ряда дисциплины).

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **экзамен**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Практикум по социологии маркетинга» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ПК-1, ПК-2, ПК-13.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ПК-1: Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции в практикуме по социологии маркетинга (общая социология, история социологии, современные методы социологических исследований, общая и социальная психология, психология личности, профессиональная психология, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии).</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем в практикуме по социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического и психологического консультирования в практикуме по социологии маркетинга, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики в практикуме по социологии маркетинга.</p>	<p>Практические занятия, самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: 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</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований в практикуме по социологии маркетинга.</p> <p>Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований в практикуме по социологии маркетинга; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики и техники психологии управления в практикуме по социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: Развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации в практикуме по социологии маркетинга; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и, типологизации, каузальными и аналитическими способностями)</p>	<p>Практические занятия, самостоятельная работа</p>

ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин в практикуме по социологии маркетинга. Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения в практикуме по социологии маркетинга. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями в практикуме по социологии маркетинга.	Практические занятия, самостоятельная работа
---	--	--

4. Разделы дисциплины

- 1 Маркетинг как технология удовлетворения и развитие потребностей
- 2 Маркетинговые коммуникации как средство воздействия на потребителя
- 3 Маркетинг в социально-значимых видах практической деятельности
- 4 Особенности развития маркетинга в трансформационной экономике России. Специфика рыночных отношений в современной России

Аннотация рабочей программы «СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ДИДАКТИКА»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	18	18
Контроль:	54	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Социологическая дидактика» является – сформировать у студентов представление о работе преподавателя социологии, методических принципах и средствах методического обеспечения и организации учебного процесса, преподавания социологических дисциплин; теоретически и методически подготовить студентов к самостоятельной преподавательской деятельности; ознакомить студентов с основными формами организации и методического обеспечения аудиторной и внеаудиторной учебной работы по преподаванию социологических дисциплин; раскрыть дидактические (теоретические и методические) особенности изложения основных разделов курса социологии; подготовить студентов к практике, к самостоятельной разработке основных методических документов (программа курса, план лекции, планы семинарского и практического занятий, других технологий учебной работы);

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социологическая дидактика» включена в блок 1 (Дисциплины) вариативной части дисциплин по выбору Учебного плана. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина являются философия и социология: «Основы социологии», «Социология маркетинга», «Современные социологические теории» и др.

Дисциплина «Социологическая дидактика» является основополагающей для изучения всех последующих дисциплин по педагогическому виду деятельности, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят методологический характер. Особенностью дисциплины является высокий уровень абстракции научного языка (категориального ряда дисциплины).

Курс призван подготовить студентов к преподавательской деятельности на уровне квалификационных требований, предъявляемых к преподаванию в высших учебных заведениях. Данный курс базируется на знаниях, приобретенных студентами в процессе освоения таких дисциплин, как общая социология, история социологии, психология, социальная психология, социология культуры, социология образования, социология коммуникации, русский язык и культура речи и др. Одновременно курс тесно связан с учебными дисциплинами педагогического комплекса – социальной педагогикой и общей педагогикой. Особенность данного курса состоит в том, что он призван объединить методическое содержание всех преподаваемых на факультете учебных курсов.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **экзамен**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социологическая дидактика» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ПК-1, ПК-2, ПК-13.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ПК-1: Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Знать: основы социологической дидактики, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, общая и социальная психология, психология личности, профессиональная психология, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социология религии, социологическая дидактика).</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение проблем в социологической дидактике.</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического и психологического консультирования в социологической дидактике, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики в социологической дидактике.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы исследований в социологической дидактике.</p> <p>Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в социологической дидактике; использовать методики и техники социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: Развитыми логическими и исследовательскими способностями в социологической дидактике; технологиями и способами поиска информации в</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>

<p>магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>социологической дидактике; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и типологизации, каузальными и аналитическими способностями)</p>	
<p>ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин. Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Эволюция социологического образования
2. Методика организации форм учебной работы в курсе социологической дидактики
3. Методологические и методические особенности преподавания основных тем курса социологических дисциплин

Аннотация рабочей программы «НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СЕМИНАР 1»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Лекции:	-	-
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	54	54
Контроль:	-	-
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	2
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

«Научно-технический семинар 1» (НТС 1) является формой сквозной организации и контроля образовательного процесса и научно-исследовательской работы магистрантов в первом семестре, необходимой для оценки уровня общекультурных и общепрофессиональных компетенций, формируемых в первом базовом цикле дисциплин, который имеет одинаковое содержание для всех магистрантов направления 39.04.01 Социология, независимо от выбранной магистерской программы. Формируемые компетенции, создают основу для овладения профессиональными компетенциями, независимо от вида деятельности к которому готовится магистрант.

Научно-технический семинар представляет собой площадку для развития ключевых навыков, которыми должен овладеть магистрант для готовности к проведению самостоятельной поисковой коммуникативной, информационной работы в различных областях, которые станут частью ВКР (магистерской диссертации). Семинар ориентирован на развитие у магистрантов мотивации к включению в реальные исследовательские проекты, переход от традиционных форм обучения к более современным форматам, базирующимся на совместной деятельности, решении общих задач, дискуссиях, диалогах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Научно-технический семинар1» включена в Блок 1 (дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Научно-технический семинар1» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 Социология должна формировать следующие компетенции: **ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4, ПК-1, ПК-13**

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: исходные общегуманитарные понятия; философские законы и принципы; основы гуманитарных, социальных и психологических наук Уметь: соотносить внешние факты и события с теоретическими концепциями и мировоззренческими позициями Владеть: базовыми теоретическими и мировоззренческими «картинами» познаваемого объекта	Практические занятия Самостоятельная работа
ОК-2: готовность	Знать: состав и содержание нормативных документов,	Практические

<p>действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	<p>регламентирующих профессиональную деятельность; степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие профессиональную деятельность Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач</p>	<p>занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОК-3: Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать: основы социологии маркетинга, социологии коммуникаций, экономической социологии и социального управления Уметь: Строить организационное поведение, владеть навыками делового общения и управления. Осуществлять социологические исследования в трудовом коллективе Владеть: теоретической основой и методами социологии маркетинга, методами самооценки и оценки персонала, эффективности его труда; стандартами корпоративной культуры поведения</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-1: способность свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения, владением навыками редактирования и перевода профессиональных текстов</p>	<p>Знать: грамматику, лексику стилистику разговорной речи на русском и иностранном языках в рамках межличностного общения Уметь: общаться по гуманитарной и профессиональной тематике Владеть: разговорным уровнем освоения языка, навыками перевода со словарем</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-2: Способность использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук</p>	<p>Знать: Философские законы и принципы, базовые знания гуманитарных, социальных и психологических наук Уметь: Строить непротиворечивое, обоснованное рассуждение; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, делать выводы Владеть: дисциплиной мышления на уровне понятий, суждений и умозаключений, аналитическими и каузальными способностями</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3: Способность и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности. Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-1: Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук,</p>	<p>Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология,</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

<p>новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>социологию религии). Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем. Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики.</p>	
<p>ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин. Уметь: применять современные методы и методики преподавания социологических дисциплин, современные педагогические технологии обучения. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями.</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Адаптации магистрантов к условиям обучения в магистратуре и требованиям, предъявляемым к магистрантам; понимания логики построения собственной траектории обучения; знакомство с графиком учебного процесса, включая этапы промежуточной аттестации, итоговой аттестации и каникул. Заполнение индивидуального плана работы магистранта
2. Обсуждение научных направлений и тем научных исследований. Выбор направления научного исследования. Заполнение Индивидуального плана работы магистранта. Портфолио и правила его наполнения.
3. Тезисы к обоснованию темы магистерской диссертации. Алгоритм сбора информации, ее обработки для написания тезисов.
4. Публичная лекция ведущего специалиста в области социологии маркетинга и /или другое
5. Публичная лекция ведущего специалиста в области современных методов исследования в социологии маркетинга и/или другое
6. Публичное обсуждение хода образовательного процесса и результатов научно-исследовательской работы
7. Элементы научной новизны и практические результаты исследования. Структура ВКР и ее защита
8. Методика написания тезисов и их публичная защита
9. Защита тезисов к обоснованию темы магистерской диссертации. Подготовка материалов к зачету по НТС

Аннотация рабочей программы «НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СЕМИНАР 2»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Лекции:	-	-
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	54	54
Контроль:	-	-
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	2
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

«Научно-технический семинар 2» (НТС 2) является формой сквозной организации и контроля образовательного процесса и научно-исследовательской работы магистрантов во втором семестре, необходимой для усиления уровня общекультурных и общепрофессиональных компетенций, формируемых в первом семестре и приобретении профессиональных компетенций, относящихся к научно-исследовательской деятельности на которые ориентирована магистерская программа «Социология маркетинга».

Научно-технический семинар представляет собой площадку для развития ключевых профессиональных навыков, которыми должен овладеть магистрант для готовности к выбранным видам профессиональной деятельности. Семинар ориентирован на развитие у магистрантов мотивации к включению в реальные исследовательские проекты, переход от традиционных форм обучения к более современным форматам, базирующимся на совместной деятельности, решении общих задач, дискуссиях, диалогах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Научно-технический семинар» включена в Блок 1 (Дисциплины) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Научно-технический семинар 2» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет продолжить формировать общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции: ОК-1; ОК-2; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-13;

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: источники и технологию получения необходимой информации для повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня; основные принципы самообразования; основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации Уметь: отбирать из информационных ресурсов данные в области предметных наук; творчески решать научные, производственные и общественные задачи, самостоятельно критически мыслить, вырабатывать и отстаивать свою точку зрения; применять методы и	Практические занятия Самостоятельная работа

	<p>средства познания для профессиональной компетентности</p> <p>Владеть: средствами развития для повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня; методами повышения квалификации; навыками накопления, обработки и использования информации, методикой сравнительного и системного анализа</p>	
<p>ОК-2:</p> <p>Готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	<p>Знать: состав и содержание нормативных документов, регламентирующих профессиональную деятельность; степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов основополагающие понятия, используемые в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук</p> <p>Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие социально-профессиональную деятельность; систематизировать и анализировать информацию в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук</p> <p>Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач; навыками поиска и восприятия информации в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук; методами повышения квалификации; навыками накопления, обработки и использования информации</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-1: Способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения, владением навыками редактирования и перевода профессиональных текстов</p>	<p>Знать: грамматику, лексику стилистику разговорной речи на русском и иностранном языках в рамках межличностного общения; лексико-стилистические особенности профессиональной коммуникации и перевода деловых текстов</p> <p>Уметь: общаться по гуманитарной и профессиональной тематике; использовать навыки владения иностранным языком в профессиональных коммуникациях, с целью редактирования и перевода иностранных текстов; применять всю имеющуюся совокупность знаний для решения типовых и нестандартных задач, в том числе и в новых, ранее неизвестных, предметных областях</p> <p>Владеть: разговорным уровнем освоения языка, навыками перевода со словарем; языком и стилем в ситуации делового взаимодействия; приемами редактирования и перевода в работе с профессиональными текстами</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3:</p> <p>Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации; методологию научного исследования, тенденции развития проблематики и методологии научных исследований в сфере социологии маркетинга. Общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере; способы и этапы построения аналитических обзоров в выбранной области исследования; для проведения научных исследований и оценки их результатов</p> <p>Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; обрабатывать социологическую информацию и аналитические материалы.</p> <p>Владеть: терминологическим аппаратом, методами, и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

	<p>анализа; навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований; применять классические методики анализа, обрабатывать информацию, классифицировать, обобщать, делать профессиональные выводы; владеть методической системой и инструментарием социологических исследований</p>	
<p>ОПК-4: Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости; социальные, гуманитарно-культурные и духовно-нравственно стороны профессиональной жизни социолога; возможности изменения профессионального профиля и деловой карьеры</p> <p>Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: способностью использовать фундаментальные социологические знания на практике; способностью самостоятельного обучения новым методам исследования; навыками профессиональной переориентации</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-1: Способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Знать: современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; отраслевые социологии (методология и методы социологии маркетинга, социология социальных общностей, социология общественного мнения, социологию социальных институтов и процессов, социологию молодежи, социология управления, социология рынка труда и др)</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем: анализировать изменения социальных, психологических, управленческих процессов в организации, в профессионально-квалификационном и демографическом составе работающих</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики; основными микро- и макроэкономическими подходами и особенностями их применения в России на современном этапе; знаниями решения правовых проблем формирования гражданского общества; опытом научно-исследовательской практики</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований; современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; современные методы социологических исследований</p> <p>Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики социологии маркетинга; анализировать, обобщать данные конкретных социологических исследований, формулировать</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

<p>решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>рекомендации для совершенствования процессов и отношений Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации, типологизации, каузальными и аналитическими способностями); опытом проведения эмпирических исследований, выработанным в ходе научно-исследовательской практики; способностью оценивать качество исследований в своей предметной области; профессионально-личностными особенностями (общекультурными и профессиональными взглядами, профессиональными ценностями)</p>	
<p>ПК-3: способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований; методологию освоения научных теорий, моделей и методов социологического исследования; новые методические подходы с учетом целей и задач исследования Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками; решать новые исследовательские задачи с учетом накопленных теоретических и методических знаний, опыта проведения социологических исследований Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария; навыками освоения теорий и моделей исследования, способами разработки новых методических подходов и нового методического инструментария при проведении оригинальных социологических исследований</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию; владеть научной аргументацией; Теорию и методы научного анализа по базовым и вариативным дисциплинам направления. Знать работы ведущих зарубежных и отечественных социологов в области социологии маркетинга; общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; работать с современными общими и профессиональными программами. Обработать социологическую информацию и аналитические материалы Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа; владеть навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание)</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин; методику преподавания, активные методы обучения Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения; подготавливать</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	учебно-методическую, дидактическую, психолого-педагогическую документацию для преподавания социологических дисциплин; проводить занятия по социологии, социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях среднего и высшего профессионального образования Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями; этикой педагогической работы; когнитивными качествами: рассудительностью, критичностью, идейностью, убежденностью, системностью мышления, категориальным анализом, социальной зрелостью личности, развитой способностью творческого мышления	
---	--	--

4. Разделы дисциплины

1. Обсуждение содержания образовательного процесса во втором семестре. Перечень дисциплин. Содержание НИР 2. Порядок прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, анализ отчетности по элементам семестра, составление плана работы.
2. Обсуждение порядка прохождения практики по получению первичных профессиональных навыков и умений. Рассмотрение Рабочей программы практики, анализ необходимых сопутствующих документов: Приказа на практику, путевки на практику, Дневника прохождения практики, формы и содержания отчета по практике, сроков проведения практики. Выдача задания на практику.
3. Выбор темы для участия в конференции. Рассмотрение структуры тезисов для участия в конференции и их отличия от тезисов к обоснованию темы ВКР.
4. Публичная лекция ведущего специалиста в области применения современных методов исследования в социологии маркетинга и внедрения их в образовательном процессе.
5. Публичная лекция ведущего специалиста по анализу актуальных тенденций развития научных методов исследования в прикладных задачах социологических исследований.
6. Публичное обсуждение хода образовательного процесса, результатов научно-исследовательской работы, прохождения практики
7. Анализ материалов для участия в конференции, подготовка тезисов, доклада и Презентации
8. Выступление на семинаре с Докладом к конференции
9. Разбор 1, 2 параграфа ВКР , а также выбор методов исследования. Подготовка материалов к зачету по НТС

Аннотация рабочей программы «НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СЕМИНАР 3»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Лекции:	-	
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	54	54
Контроль:	-	
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	2
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

«Научно-технический семинар 3» (НТС 3) является формой сквозной организации и контроля образовательного процесса и научно-исследовательской работы магистрантов в третьем семестре, необходимой для усиления уровня общекультурных и общепрофессиональных компетенций, формируемых в первом и втором семестрах и приобретении профессиональных компетенций, относящихся к научно-исследовательской деятельности, на которые ориентирована магистерская программа «Социология маркетинга».

Научно-технический семинар представляет собой площадку для развития ключевых профессиональных навыков, которыми должен овладеть магистрант для готовности к выбранным видам профессиональной деятельности. Семинар ориентирован на развитие у магистрантов мотивации к включению в реальные исследовательские проекты, переход от традиционных форм обучения к более современным форматам, базирующимся на совместной деятельности, решении общих задач, дискуссиях, диалогах

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Научно-технический семинар» 3 включена в блок 1 (Дисциплины*(модули)) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Научно-технический семинар» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет продолжить формировать общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции: ОК-2; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-2: Готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: состав и содержание нормативных документов, регламентирующих профессиональную деятельность; степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов основополагающие понятия, используемые в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие социально-профессиональную деятельность; систематизировать и анализировать информацию в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач; навыками поиска и восприятия информации в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук; методами повышения квалификации; навыками накопления, обработки и использования информации	Практические занятия Самостоятельная работа
ОПК-4: Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного	Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости; социальные, гуманитарно-культурные и духовно-нравственно стороны профессиональной жизни социолога; возможности изменения профессионального профиля и деловой карьеры	Практические занятия Самостоятельная работа

<p>профиля своей профессиональной деятельности</p>	<p>Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности Владеть: способностью использовать фундаментальные социологические знания на практике; способностью самостоятельного обучения новым методам исследования; навыками профессиональной переориентации</p>	
<p>ПК-1: Способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Знать: современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; отраслевые социологии (методология и методы социологии маркетинга, социология социальных общностей, социология общественного мнения, социологию социальных институтов и процессов, социологию молодежи, социология управления, социология рынка труда и др) Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем: анализировать изменения социальных, психологических, управленческих процессов в организации, в профессионально-квалификационном и демографическом составе работающих Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики; основными микро- и макроэкономическими подходами и особенностями их применения в России на современном этапе; знаниями решения правовых проблем формирования гражданского общества; опытом научно-исследовательской практики</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований; современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; современные методы социологических исследований Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики социологии маркетинга; анализировать, обобщать данные конкретных социологических исследований, формулировать рекомендации для совершенствования процессов и отношений Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации, типологизации, каузальными и аналитическими способностями); опытом проведения эмпирических исследований, выработанным в ходе научно-исследовательской практики; способностью оценивать качество исследований в своей предметной области; профессионально-личностными особенностями (общекультурными и профессиональными взглядами, профессиональными ценностями)</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-3: способностью осваивать новые</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении</p>	<p>Практические занятия</p>

<p>теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования</p>	<p>исследований; методологию освоения научных теорий, моделей и методов социологического исследования; новые методические подходы с учетом целей и задач исследования Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками; решать новые исследовательские задачи с учетом накопленных теоретических и методических знаний, опыта проведения социологических исследований Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария; навыками освоения теорий и моделей исследования, способами разработки новых методических подходов и нового методического инструментария при проведении оригинальных социологических исследований</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию; владеть научной аргументацией; Теорию и методы научного анализа по базовым и вариативным дисциплинам направления. Знать работы ведущих зарубежных и отечественных социологов в области социологии маркетинга; общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; работать с современными общими и профессиональными программами. Обработать социологическую информацию и аналитические материалы Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа; владеть навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин; методику преподавания, активные методы обучения Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения; подготавливать учебно-методическую, дидактическую, психолого-педагогическую документацию для преподавания социологических дисциплин; проводить занятия по социологии, социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях среднего и высшего профессионального образования Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями; этикой педагогической работы; когнитивными качествами: рассудительностью, критичностью, идейностью, убежденностью, системностью мышления, категориальным анализом, социальной зрелостью личности, развитой способностью творческого мышления</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

4. Содержание дисциплины

1. Перечень дисциплин. Содержание НИР 3. Порядок прохождения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, составление плана работы.
2. Обсуждение порядка прохождения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая) . Рассмотрение Рабочей программы практики, анализ необходимых сопутствующих документов: Приказа на практику, путевки на практику, Дневника прохождения практики, формы и содержания отчета по практике, сроков проведения практики. Выдача задания на практику.
3. Публичная лекция ведущего специалиста в области современных методов исследования в социологии маркетинга
4. Публичное обсуждение хода образовательного процесса, результатов научно-исследовательской работы, прохождения практики.
5. Представление результатов НИР
6. Обсуждение параграфа главы 2. 2.1 - Методологии и методики эмпирического исследования
7. Подготовка материалов к зачёту по НТС

Аннотация рабочей программы «НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СЕМИНАР 4»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная	очно-заочная
Курс:	2	2	3
Семестр:	4	4	5
Лекции:			
Практические:	42	18	45
Самостоятельная работа студента:	102	54	27
Контроль:			
Общая трудоемкость дисциплины в часах	144	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	4	2	2
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

«Научно-технический семинар 4» (НТС 4) является формой сквозной организации и контроля научно-исследовательской работы магистрантов, прохождения преддипломной практики и выполнения ВКР в четвертом семестре, необходимой для контроля уровня освоения всех общекультурных, общепрофессиональных компетенций и всех профессиональных компетенций, относящихся к научно-исследовательской деятельности, на которые ориентирована магистерская программа «Информационные технологии в задачах управления и обработки информации»

Научно-технический семинар представляет собой площадку для развития ключевых профессиональных навыков, которыми должен овладеть магистрант для готовности к профессиональной карьере.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Научно-технический семинар 4» (НТС 4) включена в блок 1 (Дисциплины(модули))вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга»

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Научно-технический семинар» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет продолжить формировать общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции: ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ОК-1:</p> <p>Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу</p>	<p>Знать: источники и технологию получения необходимой информации для повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня; основные принципы самообразования; основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации</p> <p>Уметь: отбирать из информационных ресурсов данные в области предметных наук; творчески решать научные, производственные и общественные задачи, самостоятельно критически мыслить, вырабатывать и отстаивать свою точку зрения; применять методы и средства познания для профессиональной компетентности</p> <p>Владеть: средствами развития для повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня; методами повышения квалификации; навыками накопления, обработки и использования информации, методикой сравнительного и системного анализа</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОК-2:</p> <p>Готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	<p>Знать: состав и содержание нормативных документов, регламентирующих профессиональную деятельность; степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов</p> <p>основополагающие понятия, используемые в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук</p> <p>Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие социально-профессиональную деятельность; систематизировать и анализировать информацию в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук</p> <p>Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач; навыками поиска и восприятия информации в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук; методами повышения квалификации; навыками накопления, обработки и использования информации</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ОК-3:</p> <p>Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать: содержание процессов самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности; современные методы исследования.</p> <p>Уметь: самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности; использовать и развивать теоретические основы реализованных и перспективных моделей знаний в прикладных задачах; адаптировать существующие методы и самостоятельно разрабатывать методы проведения социологических исследований.</p> <p>Владеть: технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации,</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

	самоконтроля и самооценки деятельности; навыками выбора методов исследования и обработки знаний при решении прикладных задач	
ОПК-1: Способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения, владением навыками редактирования и перевода профессиональных текстов	<p>Знать: грамматику, лексику стилистику разговорной речи на русском и иностранном языках в рамках межличностного общения; лексико-стилистические особенности профессиональной коммуникации и перевода деловых текстов</p> <p>Уметь: общаться по гуманитарной и профессиональной тематике; использовать навыки владения иностранным языком в профессиональных коммуникациях, с целью редактирования и перевода иностранных текстов; применять всю имеющуюся совокупность знаний для решения типовых и нестандартных задач, в том числе и в новых, ранее неизвестных, предметных областях</p> <p>Владеть: разговорным уровнем освоения языка, навыками перевода со словарем; языком и стилем в ситуации делового взаимодействия; приемами редактирования и перевода в работе с профессиональными текстами</p>	Практические занятия Самостоятельная работа
ОПК-2: Способностью использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук	<p>Знать: философские законы и принципы, базовые знания гуманитарных, социальных и психологических наук; профессионально профилированные разделы философских, социальных и гуманитарных наук; основы наук философского, социального и гуманитарного циклов; методология познавательной и преобразовательной деятельности</p> <p>Уметь: строить непротиворечивое, обоснованное рассуждение; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, делать выводы; использовать профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук в решении конкретных профессиональных задач.</p> <p>Владеть: мировоззренческим и понятийным аппаратом для решения конкретных профессиональных задач; методами научного анализа, основами теоретического мышления на уровне концептуальных схем; анализом мировоззренческих, социальных и личностно значимых философских проблем</p>	Практические занятия Самостоятельная работа
ОПК-3: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудиторией	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации; методологию научного исследования, тенденции развития проблематики и методологии научных исследований в сфере социологии маркетинга. Общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере; способы и этапы построения аналитических обзоров в выбранной области исследования; для проведения научных исследований и оценки их результатов</p> <p>Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; обрабатывать социологическую информацию и аналитические материалы.</p> <p>Владеть: терминологическим аппаратом, методами, и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа; навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую</p>	Практические занятия Самостоятельная работа

	интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований; применять классические методики анализа, обрабатывать информацию, классифицировать, обобщать, делать профессиональные выводы; владеть методической системой и инструментарием социологических исследований	
ОПК-4: Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости; социальные, гуманитарно-культурные и духовно-нравственно стороны профессиональной жизни социолога; возможности изменения профессионального профиля и деловой карьеры Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности Владеть: способностью использовать фундаментальные социологические знания на практике; способностью самостоятельного обучения новым методам исследования; навыками профессиональной переориентации	Практические занятия Самостоятельная работа
ПК-1: Способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения	Знать: современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; отраслевые социологии (методология и методы социологии маркетинга, социология социальных общностей, социология общественного мнения, социологию социальных институтов и процессов, социологию молодежи, социология управления, социология рынка труда и др) Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем: анализировать изменения социальных, психологических, управленческих процессов в организации, в профессионально-квалификационном и демографическом составе работающих Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики; основными микро- и макроэкономическими подходами и особенностями их применения в России на современном этапе; знаниями решения правовых проблем формирования гражданского общества; опытом научно-исследовательской практики	Практические занятия Самостоятельная работа
ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских	Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований; современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; современные методы социологических исследований Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики социологии маркетинга; анализировать, обобщать данные конкретных социологических исследований, формулировать рекомендации для совершенствования процессов и отношений Владеть: развитыми логическими и исследовательскими	Практические занятия Самостоятельная работа

<p>методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации, типологизации, каузальными и аналитическими способностями); опытом проведения эмпирических исследований, выработанным в ходе научно-исследовательской практики; способностью оценивать качество исследований в своей предметной области; профессионально-личностными особенностями (общекультурными и профессиональными взглядами, профессиональными ценностями)</p>	
<p>ПК-3: способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований; методологию освоения научных теорий, моделей и методов социологического исследования; новые методические подходы с учетом целей и задач исследования Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками; решать новые исследовательские задачи с учетом накопленных теоретических и методических знаний, опыта проведения социологических исследований Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария; навыками освоения теорий и моделей исследования, способами разработки новых методических подходов и нового методического инструментария при проведении оригинальных социологических исследований</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию; владеть научной аргументацией; Теорию и методы научного анализа по базовым и вариативным дисциплинам направления. Знать работы ведущих зарубежных и отечественных социологов в области социологии маркетинга; общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; работать с современными общими и профессиональными программами. Обработать социологическую информацию и аналитические материалы Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа; владеть навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин; методику преподавания, активные методы обучения Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения; подготавливать учебно-методическую, дидактическую, психолого-педагогическую документацию для преподавания социологических дисциплин; проводить занятия по</p>	<p>Практические занятия Самостоятельная работа</p>

социологической рефлексии)	социологии, социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях среднего и высшего профессионального образования Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями; этикой педагогической работы; когнитивными качествами: рассудительностью, критичностью, идейностью, убежденностью, системностью мышления, категориальным анализом, социальной зрелостью личности, развитой способностью творческого мышления	
----------------------------	---	--

4. Содержание дисциплины

1. Перечень дисциплин. Содержание НИР 4. Порядок прохождения практики по получению преддипломной практики. анализ отчетности по элементам семестра, составление плана работы
2. Обсуждение порядка прохождения преддипломной практик. Рассмотрение Рабочей программы практики, анализ необходимых сопутствующих документов: Приказа на практику, путевки на практику, Дневника прохождения практики, формы и содержания отчета по практике, сроков проведения практики. Выдача задания на практику.
3. Обсуждение результатов исследования, уточнение правил оформления работы, рассмотрение вопросов о возможности апробации работы
4. Обсуждение процедуры защиты ВКР, требований к Рецензентам
5. Процедура сдачи документов после защиты ВКР
6. Обсуждение правильности оформления ВКР прохождения практики, заполнение портфолио
7. Заполнение портфолио
8. Процедура проверки ВКР на антиплагиат, распечатка заключения о проценте заимствований
9. Предзащита ВКР

Аннотация рабочей программы «ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПРАКТИКУМ ПО СОЦИОЛОГИИ МАРКЕТИНГА»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	45	18
Контроль:	27	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

Общая цель – сформировать у студентов представление о практических аспектах работы преподавателя социологии маркетинга, методических принципах и средствах методического обеспечения и организации учебного процесса, преподавания социологических дисциплин; методически подготовить студентов к самостоятельной

преподавательской деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Педагогический практикум по социологии маркетинга» включена в Блок 1 (Дисциплины) вариативной части дисциплин по выбору учебного плана. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина являются социология (дисциплины, предусмотренные ФГОС ВО для квалификации бакалавр): «Основы социологии», «Социология маркетинга», и дисциплины, которые осваивают в 1 семестре «Современные социологические теории», «Социологическая дидактика» и др.

Дисциплина «Педагогический практикум по социологии маркетинга» является основополагающей для изучения последующих дисциплин, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят методологический характер.

Курс призван подготовить студентов к преподавательской деятельности на уровне квалификационных требований, предъявляемых к преподаванию в высших учебных заведениях. Данный курс базируется на знаниях, приобретенных студентами в процессе освоения таких дисциплин, как общая социология, история социологии, психология, социальная психология, социология культуры, социология образования, социология коммуникации, русский язык и культура речи и др. Одновременно курс тесно связан с учебными дисциплинами педагогического комплекса – социальной педагогикой и общей педагогикой. Особенность данного курса состоит в том, что он призван подытожить методическое содержание всех преподаваемых на факультете учебных курсов.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **экзамен**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Педагогический практикум по социологии маркетинга» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ПК-13.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин. Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения в социологической дидактике. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями в социологической дидактике.	практические занятия, самостоятельная работа

4. Разделы дисциплины

- 1 Методика организации форм учебной работы в курсе социологической дидактики
- 2 Методологические и методические особенности преподавания основных тем социологических дисциплин

Аннотация рабочей программы «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МАРКЕТИНГЕ»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Практические:	36	36
Самостоятельная работа студента:	45	18
Контроль:	27	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины «Социологические исследования в маркетинге» заключается в формировании у студентов теоретических знаний в области методологии, методики и техники проведения исследований социальных факторов и процессов в маркетинге и обучение их практическому применению.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социологические исследования в маркетинге» включена в Блок 1 (Дисциплины) вариативной части дисциплин по выбору Учебного плана.. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина являются философия и социология: «Основы социологии», «Социология маркетинга», «Современные социологические теории».

Дисциплина «Социологические исследования в маркетинге» является основополагающей для изучения всех последующих дисциплин, поскольку знания и навыки, формируемые в рамках этой дисциплины, носят практический характер.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **экзамен**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социологические исследования в маркетинге» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ПК-13.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в социологических исследованиях в маркетинге. Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения в социологических исследованиях в маркетинге. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями в социологическом исследовании в маркетинге.	Практические занятия, самостоятельная работа

4. Разделы дисциплины

- 1 История возникновения и развития проведения социологических исследований.
- 2 Социологические исследования как инструмент познания социальной реальности
- 3 Методология и методика социологических исследований. Программа социологических исследований
- 4 Особенности проведения социологических исследований в области маркетинга
- 5 Количественная методология и качественная методология.

Эмпирическая интерпретация переменных социологического исследования.
Методы формирования выборочной совокупности

Аннотация рабочей программы «СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ»

Разработчик: д.п.н., профессор Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	81	54
Контроль:	27	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	144	144
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	4	4
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения дисциплины «Социологическое прогнозирование в маркетинге» являются: овладение студентами определенных знаний в социологическом прогнозировании как пограничной области социального знания и социальной деятельности методами и приемами стратегического управления, которые они смогут использовать при анализе, планировании социальной деятельности, решении социальных проблем и оценки социальной ситуации в маркетинге.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социологическое прогнозирование в маркетинге» включена в блок 1 (дисциплины) вариативной части дисциплин по выбору Учебного плана подготовки магистров по направлению 39.04.01 «Социология».

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Социологическое прогнозирование в маркетинге», являются развивающие системное представление о закономерностях развития науки и техники в соответствии с ФГОС ВО. Требуемый теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения магистратуры обеспечивается при изучении дисциплин «Современные методы исследования в социологии маркетинга», «Научные исследования в социологии маркетинга», «Общественное мнение в социологии маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **экзамен**.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социологическое прогнозирование в маркетинге» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению 39.04.01 «Социология» должна формировать следующие компетенции: ПК-2, ПК-4.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: основы формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологического прогнозирования в маркетинге и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий.</p> <p>Уметь: самостоятельно формулировать цели и задачи при исследованиях в социологическом прогнозировании в маркетинге и решать их, используя новейший опыт и информационные технологии.</p> <p>Владеть: навыками самостоятельно ставить цели и решать задачи исследований в социологическом прогнозировании в маркетинге, используя современные методы исследования, новейший опыт, современную аппаратуру и информационные технологии.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.</p>
<p>ПК-4: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: способы профессионально составлять и оформлять отчеты, результаты исследовательской работы социологического прогнозирования в маркетинге с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p> <p>Уметь: использовать отчеты, результаты исследовательской работы социологического прогнозирования в маркетинге с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p> <p>Владеть: навыками профессионально составлять и оформлять научные отчеты, представлять результаты социологического прогнозирования в маркетинге с учетом особенностей потенциальной аудитории.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.</p>

4. Разделы дисциплины

- 1 Методологические аспекты социологического прогнозирования
- 2 Социологическое прогнозирование в истории и теориях общества. Методы и принципы прогнозирования в маркетинге
- 3 Системный анализ в социологическом прогнозировании
- 4 Основные направления и функции прогнозов в маркетинге
- 5 Методологические этапы прогнозирования в маркетинге. Методы и принципы

- 6 прогнозирование в маркетинге
 6 Методология социального проектирования. Технологии разработки маркетингового проекта
 7 Перспективы развития социального проектирования в условиях рынка. Реализация маркетингового проекта

Аннотация рабочей программы «СОЦИАЛЬНО-РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»

Разработчик: д.п.н., профессор Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	81	54
Контроль:	27	54
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	144	144
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	4	4
Итоговый контроль	экзамен	экзамен

1. Цели освоения учебной дисциплины

«Социально-региональный маркетинг» являются: формирование научно-исследовательских компетенций ученых - социологов путем углубленного изучения проблем социально-регионального маркетинга, развития регионов - субъектов РФ, овладение системой понятий, теоретических концепций и методологических подходов к исследованию проблем модернизации регионального развития, а также умения применять их в анализе социологических и маркетинговых данных с учетом различных исследовательских парадигм.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социально-региональный маркетинг» включена в блок 1 (дисциплины) вариативной части дисциплин по выбору Учебного плана подготовки магистров по направлению 39.04.01 «Социология».

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате обучения в средней общеобразовательной школе и в результате освоения дисциплин ООП подготовки бакалавра. Студент должен обладать входными данными для изучения дисциплины: умение самостоятельно и мотивированно организовать познавательную деятельность, использовать элементы причинно-следственного и структурно-функционального анализа, определять существенные характеристики изучаемого объекта, самостоятельно выбирать критерии для сравнения, сопоставления. Предшествующими дисциплинами являются: Основы социологии, История социологии, Методология и методы социологического исследования, Современные социологические теории.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – экзамен.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социально-региональный маркетинг» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 «Социология маркетинга» должна формировать следующие компетенции ПК-2, ПК - 4.

Код	Критерии	Технологии
-----	----------	------------

компетенции, формулировка	результатов обучения	формирования компетенций
<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социально-региональных исследований в маркетинге. Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики и техники социально-регионального маркетинга. Владеть: Развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и типологизации, каузальными и аналитическими способностями) в социально-региональном маркетинге.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: Способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учетом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: способы профессионально составлять и оформлять отчеты, результаты исследовательской работы социально-региональному маркетингу с учетом особенностей потенциальной аудитории. Уметь: использовать отчеты, результаты исследовательской работы по социально-региональному маркетингу с учетом особенностей потенциальной аудитории. Владеть: навыками профессионально составлять и оформлять научные отчеты, представлять результаты социально-региональному маркетингу с учетом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Функционирование региона как взаимосвязанной системы. Динамика и воспроизводство региональных систем
2. Иерархически организованные регионы
3. Методы исследований региональной организации общества в области социально-регионального маркетинга
4. Модернизация ресурсного потенциала региона в области социально-регионального маркетинга
5. Федеральные, отраслевые и региональные программы модернизации и развития регионов России
6. Социальная инфраструктура. Научно-технический потенциал. Модернизация ресурсов в регионе на основе социально-регионального маркетинга

Аннотация рабочей программы «ПЕДАГОГИКА БЕЗОПАСНОСТИ»

Разработчик: д.п.н., профессор Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	72	72
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Педагогика безопасности» являются: формирование профессиональной культуры безопасности под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета; ознакомление обучающихся с основными терминами и понятиями сферы обеспечения безопасности; формирование мотивации и способностей к профессиональному самообразованию в области педагогики безопасности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Педагогика безопасности» относится к Блоку 1(Дисциплины) вариативной части дисциплин по выбору. Освоение данной дисциплины необходимо для приобретения знаний, умений и формирования компетенций в сфере научной и профессиональной деятельности для получения степени «магистр».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Педагогика безопасности» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы позволяет формировать обладание следующими компетенциями: ПК-3, ПК-13.

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК-3: Способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования	Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований в педагогике безопасности. Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками в педагогике безопасности. Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария в педагогике безопасности.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в педагогике безопасности. Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа

дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	технологии обучения в педагогике безопасности. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации в педагогике безопасности; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями.	
---	--	--

4. Разделы дисциплины

- 1 Проблемные ситуации определения и формирования целей функционирования образовательных систем с точки зрения безопасной среды
- 2 Проблемная ситуация в воспитании (воспитательных системах) подрастающего поколения с точки зрения безопасной среды
- 3 Проблемная ситуация в дидактике и методике преподавания различных дисциплин в учебных заведениях. (В данном блоке целесообразно поднять вопросы «Чему учить?» и «Как учить?») с точки зрения безопасной среды
- 4 Психолого-педагогическая проблемная ситуация обучаемых и обучающихся
- 5 Рассмотрение вопросов опасности и угрозы педагогического характера

Аннотация рабочей программы «ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА»

Разработчик: д.п.н., профессор Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	4
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	72	72
Общая трудоёмкость дисциплины в часах:	108	108
Общая трудоёмкость дисциплины в зач.ед:	3	3
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1 Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины является приобретение студентами в результате обучения знаний и навыков в области демографического анализа, демократических аспектов маркетинга.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к Блоку 1 (Дисциплины) вариативной части дисциплин по выбору Учебного плана.. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами ООП. Дисциплина «Демократические аспекты маркетинга», стремясь объяснить ход и тенденции демографических процессов, взаимодействует с другими дисциплинами, широко используя их методологические подходы. Это связь с дисциплинами «История и методология науки», «Современные социологические теории» и др. Применение полученных знаний при изучении дисциплины будет востребовано при последующем изучении других социологических дисциплин, так как основу составляет знание о распределении народонаселения, демократических аспектов маркетинга.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате освоения дисциплин ООП подготовки бакалавра. Студент должен обладать входными данными для изучения дисциплины: умение самостоятельно и

мотивированно организовать познавательную деятельность, использовать элементы причинно-следственного и структурно-функционального анализа, определять сущностные характеристики изучаемого объекта, самостоятельно выбирать критерии для сравнения, сопоставления.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговой аттестацией по дисциплине является – **зачет с оценкой**.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Демократические аспекты маркетинга» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 «Социология маркетинга» должна формировать обладание следующими компетенциями ПК-3, ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ПК-3: Способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований в сфере демографических аспектов маркетинга. Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками в сфере демографических аспектов маркетинга. Владеть: Навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария в сфере демографических аспектов маркетинга.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.</p>
<p>ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин в сфере демографических аспектов маркетинга. Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные педагогические технологии обучения в сфере демографических аспектов маркетинга. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями в сфере демографических аспектов маркетинга.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>

4. Разделы дисциплины

1. Демографические аспекты маркетинга, цель и задачи как взаимосвязанной системы. Динамика региональных систем
2. Маркетинг как практический инструмент для описания и объяснения тенденций демографических процессов, для разработки демографических прогнозов и для разработки мер демографической политики
3. Демографические структуры, процессы, методы.
4. Демографические аспекты формирования и сегментирования рынка труда. Рабочая сила, трудовые ресурсы, население трудоспособного возраста. Демографические аспекты спроса и предложения на рынке труда.

5. Динамика населения и основных демографических процессов.. Задачи исследования рынка. Особенности современных рынков: переход от массовых к сегментированным рынкам.
6. Основные проблемы демографической политики в России в XXI веке. Модернизация демографических ресурсов на основе маркетинга

БЛОК 2 ПРАКТИКИ

Аннотация рабочей программы

« ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 1»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	Очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Лекции:	-	-
Практические:	-	-
Самостоятельная работа студента:	432	216
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	432	216
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	12	12
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения практики

Целями освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1» являются: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин 1 семестра; выбор направления научных исследований и темы магистерской диссертации; составление материалов главы 1 ВКР (Литературный обзор).

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 1» содержит следующие элементы: ознакомление с рабочей программой научно-исследовательской работы и получаемыми в результате ее проведения компетенциями, целями и задачами научно-исследовательской работы; изучение специальной отечественной и зарубежной литературы и другой научной информации в области деятельности; выбор темы исследования; постановка целей и задач проводимого исследования; составление плана проведения научно-исследовательской работы; обоснование актуальности темы исследования; сбор, обработка, анализ и систематизация литературных источников и другой информации по теме работы, конкретизация задач исследования; определение элементов научной новизны по теме исследования, практического значения результатов исследования; написание Литературного обзора отчета по НИР 1).

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 1» включена в Блок 2 (Практики, в том числе НИР) учебного плана ОПОП подготовки магистров по

направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет с оценкой

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в Практике требований ФГОС ВО по направлению 39.04.01 Социология, ОПОП и учебного плана магистерской программы: должна формировать следующие компетенции: ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОПК-1: способность свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения, владением навыками редактирования и перевода профессиональных текстов	Знать: грамматику, лексику стилистику разговорной речи на русском и иностранном языках в рамках межличностного общения для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Уметь: общаться по гуманитарной и профессиональной тематике для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Владеть: разговорным уровнем освоения языка, навыками перевода со словарем для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа
ОПК-2: Способность использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук	Знать: Философские законы и принципы, базовые знания гуманитарных, социальных наук для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Уметь: Строить непротиворечивое, обоснованное рассуждение; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, делать выводы для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Владеть: дисциплиной мышления на уровне понятий, суждений и умозаключений, аналитическими и каузальными способностями для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа
ОПК-3: Способность и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории	Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа
ОПК-4: Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного	Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа

и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности а также для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Владеть: Владеть основами межкультурной компетенции, методами анализа культурных феноменов, навыками межкультурного и межпрофессионального взаимодействия для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	
ПК-1: Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения	Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии) для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа
ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин а также для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Уметь: применять современные методы и методики преподавания социологических дисциплин, современные педагогические технологии обучения для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями для проведения научных исследований в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа

4. Способы, формы и места проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1»

4.1. Способы проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1» - стационарная, выездная

4.2. Форма проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1»: рассредоточенная

4.3. Место проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1»: кафедра социологии и рекламных коммуникаций, АНО ИАЦ «Прогноз», предприятия и организации.

4.4. Способы и формы «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 1» для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест проведения научно-исследовательской работы должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5. Разделы самостоятельной работы

1. Подготовка плана выполнения научно-исследовательской работы. Консультация с руководителем
2. Выбор темы научного исследования Консультация с руководителем
3. Подготовка списка основных источников по теме исследования. Консультация с руководителем
4. Разбор одного из источников отечественной (зарубежной) литературы. Консультация с руководителем
5. Обоснование актуальности темы научного исследования. Консультация с руководителем
6. Определение задач научного исследования. Консультация с руководителем
7. Определение элементов научной новизны исследования. Консультация с руководителем
8. Определение практического значения результатов исследования. Консультация с руководителем
9. Выбор методов и средств научного исследования. Консультация с руководителем
10. Изучение литературных источников по теме исследования. Консультация с руководителем
11. Подготовка отчета по научным исследованиям
12. Подготовка к сдаче и сдача отчета по научно-исследовательской работе

Аннотация Рабочей программы

« ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 2»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Лекции:	-	-
Практические:	-	-
Самостоятельная работа студента:	216	72
Контроль:	-	-
Общая трудоемкость дисциплины в часах	216	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	6	2
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 2»

Целями освоения «Производственной практики. НИР 2» являются: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин 1 и 2 семестра; проведение экспериментальных исследований по теме ВКР; консультации с руководителем ВКР на регулярной основе; консультации с руководителем магистерской программы в рамках

научно-технического семинара, написание главы 1 ВКР (Теоретическое исследование объекта исследования).

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. НИР 2» включена в Блок 2 (Практика, в том числе НИР) вариативной части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 2» осуществляется в форме самостоятельной работы и проводится дискретно в течение второго семестра.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в Практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы должна формировать следующие компетенции: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ПК-1: Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии).</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем.</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: 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</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований</p> <p>Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики и техники социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и, типологизации, каузальными и аналитическими способностями)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>		
<p>ПК-3: способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований в сфере социологии маркетинга Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками в сфере социологии маркетинга Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария в сфере социологии маркетинга</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: способность и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации в сфере социологии маркетинга Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности в сфере социологии маркетинга Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа в сфере социологии маркетинга</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин. Уметь: применять современные методы и методики преподавания социологических дисциплин, современные педагогические технологии обучения. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

4. Способы, формы и места проведения практики

- 4.1. Способы проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 2»- стационарная, выездная
- 4.2. Форма проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 2»: рассредоточенная
- 4.3. Место проведения: кафедра социологии и рекламных коммуникаций, АНО ИАЦ «Прогноз», др. организации. предприятия
- 4.4. Способы и формы проведения для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест проведения научно-исследовательской работы должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5. Разделы самостоятельной работы

1. Подготовка плана выполнения научно-исследовательской работы. Консультация с руководителем
2. Анализ литературы для выбора и описания объектов и методов исследования. Выполнение эксперимента. Консультация с руководителем
3. Описание объектов и методов исследования. Выполнение эксперимента. Консультация с руководителем
4. Разбор одного из источников отечественной (зарубежной) литературы.
5. Выполнение эксперимента. Консультация с руководителем
6. Подготовка отчета по научным исследованиям (написание 1,2,3, параграфа Главы 1 ВКР)
7. Подготовка к сдаче и сдача отчета по научно-исследовательской работе

Аннотация рабочей программы

« ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 3»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Лекции:	-	-
Практические:	-	-
Самостоятельная работа студента:	324	396
Контроль:	-	-
Общая трудоемкость дисциплины в часах	324	396
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	9	11
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3»

Целями освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3» являются: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин 1-3 семестров, проведение экспериментальных исследований по теме ВКР; консультации с руководителем ВКР на регулярной основе; консультации с руководителем магистерской программы в рамках научно-технического семинара, написание Главы 2 (эмпирическая часть)

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. Научно-исследовательская работа 3» включена в Блок 2 (Практика, в том числе НИР) учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 39.04.01 социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет с оценкой.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в Практике требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана магистерской программы должна формировать следующие компетенции: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ПК-1: Способность и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии) для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: 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</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга</p> <p>Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики и техники социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и, типологизации, каузальными и аналитическими способностями) для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

ПК-3: способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования	Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа
ПК-4: способность и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории	Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа
ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин. Уметь: применять современные методы и методики преподавания социологических дисциплин, современные педагогические технологии обучения. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями для дальнейшего применения в сфере профессиональной деятельности социологии маркетинга и для применения в образовательном процессе высшей школы	Самостоятельная работа

4. Способы, формы и места проведения «Производственной практики.

Научно-исследовательская работа 3»

4.1. Способы проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3» - стационарная, выездная

4.2. Форма проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3»: рассредоточенная

4.3. Место проведения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 3»: кафедра социологии и рекламных коммуникаций, АНО ИАЦ «Прогноз», др. организации.

4.4. Способы и формы проведения для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест проведения научно-исследовательской работы должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5. Содержание практики

1. Подготовка плана выполнения научно-исследовательской работы. Консультация с руководителем
2. Анализ литературы для описания эмпирической части.
3. Выполнение эксперимента. Консультация с руководителем
4. Описание экспериментальных исследований. Выполнение эксперимента. Консультация с руководителем
5. Подготовка отчета по научным исследованиям (написание Главы 2)
7. Подготовка к сдаче и сдача отчета по научно-исследовательской работе

Аннотация рабочей программы

« ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА 4»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная	очно-заочная
Курс:	2	2	3
Семестр:	4	4	5
Лекции:			
Практические:			
Самостоятельная работа студента:	504	432	360
Контроль:			
Общая трудоемкость дисциплины в часах	504	432	360
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	14	12	10
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения Производственной практики. Научно-исследовательская работа 4».

Целями освоения «Производственной практики. Научно-исследовательская работа 4» являются: завершение экспериментальных исследований и обработка их результатов, окончательное оформление диссертации, корректировка Введения и глав диссертации, написание выводов, окончательное оформление работы.

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика НИР 4» включена в Блока 2 (Практики, в том числе НИР) учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в «Производственной практике. НИР 4» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по магистерской программы позволяет формировать следующие компетенции: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ПК-1: Способность и умение	Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции	Самостоятельная работа

<p>самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>(общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии).</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем.</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики.</p>	
<p>ПК-2: 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</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований</p> <p>Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики и техники социологии маркетинга.</p> <p>Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и, типологизации, каузальными и аналитическими способностями)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-3: способность осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований</p> <p>Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками</p> <p>Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: способность и готовностью</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории	Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности. Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа	
ПК-13: Способность и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин. Уметь: применять современные методы и методики преподавания социологических дисциплин, современные педагогические технологии обучения. Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями.	Самостоятельная работа

4. Способы, формы и места проведения «производственной практики. Научно-исследовательская работа 4»

4.1. Способы проведения – стационарная. выездная

4.2. Форма проведения: рассредоточенная

4.3. Место проведения: кафедра социологии и рекламных коммуникаций, АНО ИАЦ «Прогноз», др. организации, предприятия

4.4. Способы и формы проведения для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест проведения научно-исследовательской работы должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5. Содержание практики

1. Подготовка плана выполнения научно-исследовательской работы. Консультация с руководителем
2. Завершение исследований. Консультация с руководителем
3. Обработка результатов. Консультация с руководителем
4. Окончательное написание ВКР. Консультация с руководителем
5. Сдача отчета по научно-исследовательской работе

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА. ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Лекции:	-	-
Практические:	-	-
Самостоятельная работа студента:	108	108

Контроль:	-	-
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения практики

Целями «Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков» являются: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин базовой части и части вариативных дисциплин; изучение современного состояния исследований и разработок в области социологии маркетинга; основных тенденций в области эффективного использования социологических методов исследования; приобретение практических навыков разработки программы исследования с использованием новых подходов к построению социологических исследований, методы разработки программ исследования для решения прикладных задач; методы оптимизации и принятия решений на основе анализа информации для прикладных научно-практических задач и в образовании; освоение современных методов исследования, в том числе инструментальных; поиск, обработка, анализ и систематизация научно-исследовательской информации по теме исследования, выбор методик и средств решения задач исследования; приобретение опыта практической научно-исследовательской работы, в том числе в коллективе исследователей; освоение методологии организации и проведения научно-исследовательской работы в научно-исследовательских лабораториях вузов, организаций и предприятий; совершенствование практически навыков в сфере профессиональной научно-исследовательской деятельности в области социологии маркетинга; сбор, обработка и анализ материала для магистерской диссертации, а также подготовка магистрантов к самостоятельной научно-исследовательской работе.

2. Место практики в структуре ОПОП

«Учебная практика. Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков» включена в Блок 2 Практики, в том числе НИР вариативной части ОПОП учебного плана подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по практике – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в «Практике по получению первичных профессиональных умений и навыков» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга» должна формировать следующие компетенции: ОК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: источники и технологию получения необходимой информации для повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня; основные принципы самообразования; основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации Уметь: отбирать из информационных ресурсов данные в области предметных наук; творчески решать научные, производственные и общественные задачи, самостоятельно критически мыслить, вырабатывать и отстаивать свою точку зрения; применять методы и средства познания для профессиональной компетентности Владеть: средствами развития для повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня; методами	Самостоятельная работа

	повышения квалификации; навыками накопления, обработки и использования информации, методикой сравнительного и системного анализа	
ОПК-1: Способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения, владением навыками редактирования и перевода профессиональных текстов	<p>Знать: грамматику, лексику стилистику разговорной речи на русском и иностранном языках в рамках межличностного общения; лексико-стилистические особенности профессиональной коммуникации и перевода деловых текстов</p> <p>Уметь: общаться по гуманитарной и профессиональной тематике; использовать навыки владения иностранным языком в профессиональных коммуникациях, с целью редактирования и перевода иностранных текстов; применять всю имеющуюся совокупность знаний для решения типовых и нестандартных задач, в том числе и в новых, ранее неизвестных, предметных областях</p> <p>Владеть: разговорным уровнем освоения языка, навыками перевода со словарем; языком и стилем в ситуации делового взаимодействия; приемами редактирования и перевода в работе с профессиональными текстами</p>	Самостоятельная работа
ОПК-2: Способностью использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук	<p>Знать: философские законы и принципы, базовые знания гуманитарных, социальных и психологических наук; профессионально профилированные разделы философских, социальных и гуманитарных наук; основы наук философского, социального и гуманитарного циклов; методология познавательной и преобразовательной деятельности</p> <p>Уметь: строить непротиворечивое, обоснованное рассуждение; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, делать выводы; использовать профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук в решении конкретных профессиональных задач.</p> <p>Владеть: мировоззренческим и понятийным аппаратом для решения конкретных профессиональных задач; методами научного анализа, основами теоретического мышления на уровне концептуальных схем; анализом мировоззренческих, социальных и личностно значимых философских проблем</p>	Самостоятельная работа
ОПК-3: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудиторией	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации; методологию научного исследования, тенденции развития проблематики и методологии научных исследований в сфере социологии маркетинга. Общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере; способы и этапы построения аналитических обзоров в выбранной области исследования; для проведения научных исследований и оценки их результатов</p> <p>Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; обрабатывать социологическую информацию и аналитические материалы.</p> <p>Владеть: терминологическим аппаратом, методами, и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа; навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую</p>	Самостоятельная работа

	интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований; применять классические методики анализа, обрабатывать информацию, классифицировать, обобщать, делать профессиональные выводы; владеть методической системой и инструментарием социологических исследований	
ПК-1: Способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения	<p>Знать: современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; отраслевые социологии (методология и методы социологии маркетинга, социология социальных общностей, социология общественного мнения, социологию социальных институтов и процессов, социологию молодежи, социология управления, социология рынка труда и др)</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем: анализировать изменения социальных, психологических, управленческих процессов в организации, в профессионально-квалификационном и демографическом составе работающих</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики; основными микро- и макроэкономическими подходами и особенностями их применения в России на современном этапе; знаниями решения правовых проблем формирования гражданского общества; опытом научно-исследовательской практики</p>	Самостоятельная работа
ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований; современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; современные методы социологических исследований</p> <p>Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики социологии маркетинга; анализировать, обобщать данные конкретных социологических исследований, формулировать рекомендации для совершенствования процессов и отношений</p> <p>Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации, типологизации, каузальными и аналитическими способностями); опытом проведения эмпирических исследований, выработанным в ходе научно-исследовательской практики; способностью оценивать качество исследований в своей предметной области; профессионально-личностными особенностями (общекультурными и профессиональными взглядами, профессиональными ценностями)</p>	Самостоятельная работа
ПК-3: способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых	Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований; методологию освоения научных теорий, моделей и методов социологического исследования; новые методические подходы с учетом целей и задач исследования	Самостоятельная работа

методических подходов с учетом целей и задач исследования	<p>Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками; решать новые исследовательские задачи с учетом накопленных теоретических и методических знаний, опыта проведения социологических исследований</p> <p>Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария; навыками освоения теорий и моделей исследования, способами разработки новых методических подходов и нового методического инструментария при проведении оригинальных социологических исследований</p>	
ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин; методику преподавания, активные методы обучения</p> <p>Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения; подготавливать учебно-методическую, дидактическую, психолого-педагогическую документацию для преподавания социологических дисциплин; проводить занятия по социологии, социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях среднего и высшего профессионального образования</p> <p>Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями; этикой педагогической работы; когнитивными качествами: рассудительностью, критичностью, идейностью, убежденностью, системностью мышления, категориальным анализом, социальной зрелостью личности, развитой способностью творческого мышления</p>	Самостоятельная работа

4. Способы, формы и места проведения практики

4.1. Способ проведения практики стационарная

4.2. Форма проведения практики рассредоточенная

4.3. Место проведения практики: Базами для проведения практики по получению профессиональных умений и навыков профессиональной деятельности являются кафедры социологии и рекламных коммуникаций, АНО ИАЦ «Прогноз», др. организации и предприятия.

4.4. Способы и формы проведения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5. Содержание практики

1. Подготовительный этап: ознакомление с программой практики и получаемыми в результате ее прохождения компетенциями, целями и задачами практики; заполнение Дневника прохождения практики; самостоятельное изучение специальной отечественной и зарубежной литературы и другой научно-технической информации в области социологии маркетинга; корректировка, уточнение темы исследования с учетом рекомендации руководителя, где планируется проведение практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, анализ актуальности темы исследования, выбор индивидуального задания на практику.

2. Исследовательский этап: сбор, обработка, анализ и систематизация литературных источников и другой информации по теме работы, составление обзора литературы, постановка задач исследования; выбор методики проведения научного исследования по

теме работы. Выбор конкретного объекта исследования. Изучение информации об исследуемом объекте. Выполнение индивидуального задания.

3. Обсуждение результатов о ходе практики на научно-техническом семинаре. Заполнение Дневника практики

4. Заключительный этап: Подготовка отчета, заполнение Дневника, получение Отзыва руководителя (ей) практики, сдача зачета

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА, ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (в том числе технологическая»)

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	3	3
Лекции:	-	-
Практические:	-	-
Самостоятельная работа студента:	108	108
Контроль:	-	-
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения практики

Целями «Производственная практика. Практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» являются: расширение и углубление теоретических и профессиональных знаний, полученных при изучении дисциплин базовой и вариативной части; получение магистрантами индивидуального собственного опыта ведения самостоятельной научной работы, исследований и практической профессиональной деятельности; знакомство с реальными задачами социологии маркетинга, участие в исследованиях для анализа и систематизации информации для решения актуальных проблем; приобретение практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности; сбор, обработка и анализ материала для выпускной квалификационной работы (ВКР), а также подготовка магистрантов к самостоятельной научно-исследовательской и педагогической работе.

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» включена в Блок 2 Практики, в том числе НИР вариативной части ОПОП учебного плана подготовки магистров по направлению 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по практике – **зачет с оценкой**.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в «Практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга» должна формировать следующие компетенции: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
<p>ПК-1: Способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Знать: современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; отраслевые социологии (методология и методы социологии маркетинга, социология социальных общностей, социология общественного мнения, социологию социальных институтов и процессов, социологию молодежи, социология управления, социология рынка труда и др) Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем: анализировать изменения социальных, психологических, управленческих процессов в организации, в профессионально-квалификационном и демографическом составе работающих Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики; основными микро- и макроэкономическими подходами и особенностями их применения в России на современном этапе; знаниями решения правовых проблем формирования гражданского общества; опытом научно-исследовательской практики</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований; современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; современные методы социологических исследований Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики социологии маркетинга; анализировать, обобщать данные конкретных социологических исследований, формулировать рекомендации для совершенствования процессов и отношений Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации, типологизации, каузальными и аналитическими способностями); опытом проведения эмпирических исследований, выработанным в ходе научно-исследовательской практики; способностью оценивать качество исследований в своей предметной области; профессионально-личностными особенностями (общекультурными и профессиональными взглядами, профессиональными ценностями)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-3: способностью осваивать новые теории, модели, методы исследований, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований; методологию освоения научных теорий, моделей и методов социологического исследования; новые методические подходы с учетом целей и задач исследования Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

исследования	источниками; решать новые исследовательские задачи с учетом накопленных теоретических и методических знаний, опыта проведения социологических исследований Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария; навыками освоения теорий и моделей исследования, способами разработки новых методических подходов и нового методического инструментария при проведении оригинальных социологических исследований	
ПК-4: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории	Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию; владеть научной аргументацией; Теорию и методы научного анализа по базовым и вариативным дисциплинам направления. Знать работы ведущих зарубежных и отечественных социологов в области социологии маркетинга; общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; работать с современными общими и профессиональными программами. Обращивать социологическую информацию и аналитические материалы Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа; владеть навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований	Самостоятельная работа
ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин; методику преподавания, активные методы обучения Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения; подготавливать учебно-методическую, дидактическую, психолого-педагогическую документацию для преподавания социологических дисциплин; проводить занятия по социологии, социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях среднего и высшего профессионального образования Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями; этикой педагогической работы; когнитивными качествами: рассудительностью, критичностью, идейностью, убежденностью, системностью мышления, категориальным анализом, социальной зрелостью личности, развитой способностью творческого мышления	Самостоятельная работа

4. Способы, формы и места проведения практики

4.1. Способ проведения практики – стационарная, выездная

4.2. Форма проведения практики- рассредоточенная

4.3. Место проведения практики: Базами для проведения практики по получению профессиональных умений и навыков профессиональной деятельности являются кафедра

социологии и рекламных коммуникаций, АНО ИАЦ «Прогноз», др. организации и предприятия.

4.4. Способы и формы проведения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий.

5.Содержание практики

1. Подготовительный этап: ознакомление с программой практики и получаемыми в результате ее прохождения компетенциями, целями и задачами практики; заполнение Дневника прохождения практики; самостоятельное изучение специальной отечественной и зарубежной литературы и другой научной информации в области социологии маркетинга; корректировка, уточнение темы исследования с учетом рекомендации руководителя, где планируется проведение практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, анализ актуальности темы исследования, выбор индивидуального задания на практику.

2. Исследовательский этап: сбор, обработка, анализ и систематизация литературных источников и другой информации по теме работы, корректировка обзора литературы, постановка задач исследования; выбор методики проведения научного исследования по теме работы. Выполнение индивидуального задания.

3. Обсуждение результатов о ходе практики на научно-техническом семинаре. Заполнение Дневника практики

4. Заключительный этап: Подготовка отчета, заполнение Дневника, получение Отзыва руководителя (ей) практики, сдача зачета

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА. ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	2
Семестр:	4	4
Лекции:	-	-
Практические:	-	-
Самостоятельная работа студента:	108	108
Контроль:	-	-
Общая трудоемкость дисциплины в часах	108	108
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	3	3
Итоговый контроль	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

1. Цели освоения практики

Целями «Производственная практика. Преддипломная практика» являются: закрепление теоретических и профессиональных знаний, полученных при изучении дисциплин Учебного плана, прохождения НИР, прохождения практик по получению первичных профессиональных умений и навыков и профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая); подготовка магистранта к решению научно-исследовательских и прикладных задач в профессиональной сфере; приобретение умений формулировать и решать задачи, возникающие в процессе выполнения научно- исследовательской и производственной работы; умение адекватно

выбирать соответствующие методы исследования исходя из задач и темы ВКР; овладение навыками применения современных информационных технологий при организации и проведении научных исследований; формирование навыков осуществления подбора необходимых материалов для выполнения ВКР; приобретение умения проводить статистическую обработку экспериментальных данных, анализировать результаты и представлять их в виде завершенных научно-исследовательских разработок (тезисов докладов, научной статьи, ВКР) окончательный сбор материалов для выполнения выпускной квалификационной работы

2. Место практики в структуре ОПОП

«Производственная практика. Преддипломная практика» включена в Блок 2 Практик, в том числе НИР вариативной части ОПОП учебного плана подготовки магистров по направлению 39.04.01 социология, магистерская программа «Социология маркетинга».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – **зачет**.

3. Требования к результатам освоения практики

Реализация в «Преддипломной практике» требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 Социология, магистерская программа «Социология маркетинга» должна формировать следующие компетенции: ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1, ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4, ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: исходные общегуманитарные понятия; философские законы и принципы; основы гуманитарных, социальных и психологических наук Уметь: соотносить внешние факты и события с теоретическими концепциями и мировоззренческими позициями Владеть: базовыми теоретическими и мировоззренческими «картинами» познаваемого объекта	Самостоятельная работа
ОК-2: готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: состав и содержание нормативных документов, регламентирующих профессиональную деятельность; степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие профессиональную деятельность Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач	Самостоятельная работа
ОК-3: Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: основы социологии маркетинга, социологии коммуникаций, экономической социологии и социального управления Уметь: Строить организационное поведение, владеть навыками делового общения и управления. Осуществлять социологические исследования в трудовом коллективе Владеть: теоретической основой и методами социологии маркетинга, методами самооценки и оценки персонала, эффективности его труда; стандартами корпоративной культуры поведения	Самостоятельная работа
ОПК-1: Способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения, владением навыками	Знать: грамматику, лексику стилистику разговорной речи на русском и иностранном языках в рамках межличностного общения; лексико-стилистические особенности профессиональной коммуникации и перевода деловых текстов для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Уметь: общаться по гуманитарной и профессиональной	Самостоятельная работа

<p>редактирования и перевода профессиональных текстов</p>	<p>тематике; использовать навыки владения иностранным языком в профессиональных коммуникациях, с целью редактирования и перевода иностранных текстов для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>применять всю имеющуюся совокупность знаний для решения типовых и нестандартных задач, в том числе и в новых, ранее незнакомых, предметных областях для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Владеть: разговорным уровнем освоения языка, навыками перевода со словарем; языком и стилем в ситуации делового взаимодействия; приемами редактирования и перевода в работе с профессиональными текстами для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p>	
<p>ОПК-2: Способностью использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук</p>	<p>Знать: Философские законы и принципы, базовые знания гуманитарных, социальных и психологических наук</p> <p>Уметь: Строить непротиворечивое, обоснованное рассуждение; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, делать выводы</p> <p>Владеть: дисциплиной мышления на уровне понятий, суждений и умозаключений, аналитическими и каузальными способностями</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудиторией</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации</p> <p>Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности.</p> <p>Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа.</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-4 Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни психического и интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости</p> <p>Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: Владеть основами межкультурной компетенции, методами анализа культурных феноменов, навыками межкультурного и межпрофессионального взаимодействия</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-1: Способностью и умение самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям</p>	<p>Знать: основы социальных наук, формирующих общекультурные и профессиональные компетенции (общая социология, истории социологии, современные методы социологических исследований, социология культуры, социология духовной жизни, социология образования и науки, политическая социология, социологию религии).</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

<p>и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения</p>	<p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем. Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики.</p>	
<p>ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p>	<p>Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики и техники социологии маркетинга. Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации и, типологизации, каузальными и аналитическими способностями)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-3: способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования</p>	<p>Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ПК-4: способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории	достаточности и достоверности. Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа	
ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)	Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин; методику преподавания, активные методы обучения в сфере преподавания социологических дисциплин; Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения; подготавливать учебно-методическую, дидактическую, психолого-педагогическую документацию для преподавания социологических дисциплин; проводить занятия по социологии, социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях среднего и высшего профессионального образования Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями; этикой педагогической работы; когнитивными качествами: рассудительностью, критичностью, идейностью, убежденностью, системностью мышления, категориальным анализом, социальной зрелостью личности, развитой способностью творческого мышления в сфере преподавания социологических дисциплин	Самостоятельная работа

4. Способы, формы и места проведения практики

4.1. Способ проведения практики -стационарная

4.2. Форма проведения практики -рассредоточенная

4.3. Место проведения практики: Базами для проведения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются лаборатория кафедры социологии и рекламных коммуникаций, АНО ИАЦ «Прогноз», др. организации и предприятия.

4.4. Способы и формы проведения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор способов, форм и мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности с использованием систем дистанционного обучения и применения компьютерных технологий

5.Содержание практики

1. Подготовительный этап: ознакомление с программой практики и получаемыми в результате ее прохождения компетенциями, целями и задачами практики; заполнение Дневника прохождения практики; самостоятельное изучение специальной отечественной и зарубежной литературы и другой научной информации в области социологии маркетинга; корректировка результатов исследований с учетом рекомендации руководителя, где планируется проведение преддипломной практики, выбор индивидуального задания на практику.

2. Исследовательский этап: сбор, обработка, анализ и систематизация литературных источников и другой информации по теме работы, корректировка обзора литературы, окончательная апробация результатов исследований. Выполнение индивидуального задания.

3. Обсуждение результатов о ходе практики на научно-техническом семинаре. Заполнение Дневника практики

4. Заключительный этап: Подготовка отчета, заполнение Дневника, получение Отзыва руководителя (ей) практики, сдача зачета

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ «ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ. ПОДГОТОВКА И ЗАЩИТА ВКР»

Разработчик: д.п.н., профессор Карпова Елена Григорьевна

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	2	3
Семестр:	4	5
Лекции:	-	-
Практические:	-	-
Самостоятельная работа студента:	324	324
Контроль:	-	-
Общая трудоемкость дисциплины в часах	324	324
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	9	9
Итоговый контроль	Защита ВКР	Защита ВКР

1. Цели освоения ГИА

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня освоения компетенций и профессиональной подготовки выпускников требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.04.01 Социология, а также систематизация, закрепление и расширение знаний и навыков по направлению магистерской программы и применение этих знаний при решении конкретных научных и практических задач.

Государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 39.04.01 Социология, предусмотрена государственная аттестация выпускников (магистрантов) в виде: государственного экзамена (по решению ВУЗа); выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

По решению Ученого Совета РГУ им. А.Н. Косыгина государственная аттестация по всем направлениям подготовки включает в себя только проведение защиты Выпускной квалификационной работы.

2. Место ГИА в структуре ОПОП

Государственная итоговая аттестация включена в Блок 3 (Государственная итоговая аттестация) базовой части учебного плана ОПОП подготовки магистров по направлению **39.04.01 Социология**, магистерская программа «Социология маркетинга».

Итоговая аттестация по дисциплине – защита выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) с оценкой.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в Государственной итоговой аттестации требований ФГОС ВО, ОПОП и учебного плана по направлению подготовки **39.04.01 Социология**, магистерская программа: «Социология маркетинга» должна формировать следующие компетенции: ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-13

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК-1: Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: источники и технологию получения необходимой информации для повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня; основные принципы самообразования; основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации в сфере деятельности социологии маркетинга	Самостоятельная работа

	<p>Уметь: отбирать из информационных ресурсов данные в области предметных наук; творчески решать научные, производственные и общественные задачи, самостоятельно критически мыслить, вырабатывать и отстаивать свою точку зрения; применять методы и средства познания для профессиональной компетентности в сфере деятельности социологии маркетинга</p> <p>Владеть: средствами развития для повышения своего интеллектуального и общекультурного уровня; методами повышения квалификации; навыками накопления, обработки и использования информации, методикой сравнительного и системного анализа в сфере деятельности социологии маркетинга</p>	
<p>ОК-2: Готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>	<p>Знать: состав и содержание нормативных документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере социологии маркетинга;</p> <p>степень правовой и моральной ответственности при осуществлении социально значимых проектов</p> <p>основополагающие понятия, используемые в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Уметь: находить источники, содержащие правовые и моральные нормы, анализировать нормативно-правовые документы, регулирующие социально-профессиональную деятельность; систематизировать и анализировать информацию в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Владеть: навыками применения законодательства при решении практических задач; навыками поиска и восприятия информации в области современных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук; методами повышения квалификации; навыками накопления, обработки и использования информации для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОК-3: Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>	<p>Знать: содержание процессов самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности;</p> <p>современные методы исследования для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Уметь: самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности;</p> <p>использовать и развивать теоретические основы реализованных и перспективных моделей знаний в прикладных задачах; адаптировать существующие методы и самостоятельно разрабатывать методы проведения социологических исследований для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Владеть: технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности; навыками выбора методов исследования и обработки знаний при решении прикладных задач для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p>	

<p>ОПК-1: Способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения, владением навыками редактирования и перевода профессиональных текстов</p>	<p>Знать: грамматику, лексику стилистику разговорной речи на русском и иностранном языках в рамках межличностного общения; лексико-стилистические особенности профессиональной коммуникации и перевода деловых текстов для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Уметь: общаться по гуманитарной и профессиональной тематике; использовать навыки владения иностранным языком в профессиональных коммуникациях, с целью редактирования и перевода иностранных текстов для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; применять всю имеющуюся совокупность знаний для решения типовых и нестандартных задач, в том числе и в новых, ранее неизвестных, предметных областях для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Владеть: разговорным уровнем освоения языка, навыками перевода со словарем; языком и стилем в ситуации делового взаимодействия; приемами редактирования и перевода в работе с профессиональными текстами для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-2: Способностью использовать в познавательной и профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук</p>	<p>Знать: философские законы и принципы, базовые знания гуманитарных, социальных и психологических наук; профессионально профилированные разделы философских, социальных и гуманитарных наук; основы наук философского, социального и гуманитарного циклов для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; методология познавательной и преобразовательной деятельности для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Уметь: строить непротиворечивое, обоснованное рассуждение; использовать средства логического анализа при решении исследовательских и прикладных задач, делать выводы; использовать профессионально профилированные знания основ философии и социально-гуманитарных наук в решении конкретных профессиональных задач для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Владеть: мировоззренческим и понятийным аппаратом для решения конкретных профессиональных задач; методами научного анализа, основами теоретического мышления на уровне концептуальных схем; анализом мировоззренческих, социальных и лично значимых философских проблем для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p>	<p>Самостоятельная работа</p>
<p>ОПК-3: Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной</p>	<p>Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию. Владеть научной аргументацией. Знать социально-психологические закономерности делового взаимодействия в организации; методологию научного исследования, тенденции развития проблематики и методологии научных исследований в сфере социологии маркетинга. Общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере; способы и этапы построения аналитических обзоров в выбранной области исследования; для проведения научных исследований и оценки их результатов для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер управленческого воздействия и оценку его</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

аудитории	<p>эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; обрабатывать социологическую информацию и аналитические материалы для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Владеть: терминологическим аппаратом, методами, и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа; навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований; применять классические методики анализа, обрабатывать информацию, классифицировать, обобщать, делать профессиональные выводы; владеть методической системой и инструментарием социологических исследований для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p>	
<p>ОПК-4: Способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости; социальные, гуманитарно-культурные и духовно- нравственно стороны профессиональной жизни социолога; возможности изменения профессионального профиля и деловой карьеры для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Владеть: способностью использовать фундаментальные социологические знания на практике; способностью самостоятельного обучения новым методам исследования; навыками профессиональной переориентации для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p>	Самостоятельная работа
<p>ПК-1: Способностью и умением самостоятельно использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук применительно к задачам фундаментального или прикладного исследования социальных общностей,</p>	<p>Знать: современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; отраслевые социологии (методология и методы социологии маркетинга, социология социальных общностей, социология общественного мнения, социологию социальных институтов и процессов, социологию молодежи, социология управления, социология рынка труда и др) для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Уметь: выявлять актуальные проблемы социального характера на предприятиях и в организациях, разрабатывать мероприятия, направленные на решение социальных проблем: анализировать изменения социальных, психологических, управленческих процессов в организации, в профессионально-квалификационном и демографическом составе работающих для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p> <p>Владеть: современными методиками проведения социологических исследований, основами социологического консультирования, методами сбора, обработки и анализа данных, методикой качественных</p>	Самостоятельная работа

институтов и процессов, общественного мнения	социологических исследований; опытом научно-исследовательской практики; основными микро- и макроэкономическими подходами и особенностями их применения в России на современном этапе; знаниями решения правовых проблем формирования гражданского общества; опытом научно-исследовательской практики для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;	
ПК-2: Способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий	Знать: методологию и логику научного исследования; методологию и методы социологических исследований; современные социологические теории, закономерности, установленные в ходе отечественных эмпирических исследований; современные методы социологических исследований для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Уметь: самостоятельно обобщать и критически оценивать результаты отечественных и зарубежных исследований; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; использовать методики социологии маркетинга; анализировать, обобщать данные конкретных социологических исследований, формулировать рекомендации для совершенствования процессов и отношений для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Владеть: развитыми логическими и исследовательскими способностями; технологиями и способами поиска информации; интеллектуальными способностями (концептуализации, классификации, типологизации, каузальными и аналитическими способностями); опытом проведения эмпирических исследований, выработанным в ходе научно-исследовательской практики; способностью оценивать качество исследований в своей предметной области; профессионально-личностными особенностями (общекультурными и профессиональными взглядами, профессиональными ценностями для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;	Самостоятельная работа
ПК-3: способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования, навыки разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования	Знать: общие принципы построения научных теорий; модели и методы, применяемые при проведении исследований; методологию освоения научных теорий, моделей и методов социологического исследования; новые методические подходы с учетом целей и задач исследования для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Уметь: творчески работать с научной литературой, справочными, статистическими, методическими источниками; решать новые исследовательские задачи с учетом накопленных теоретических и методических знаний, опыта проведения социологических исследований для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Владеть: навыками работы с литературными источниками, методическими материалами; навыками разработки исследовательских программ и инструментария; навыками освоения теорий и моделей исследования, способами разработки новых методических подходов и нового методического инструментария при проведении оригинальных социологических исследований для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;	Самостоятельная работа
ПК-4: Способностью и готовностью	Знать: систему понятий дисциплин, формирующих данную компетенцию; владеть научной аргументацией;	Самостоятельная работа

<p>профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, научные отчеты, представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории</p>	<p>Теорию и методы научного анализа по базовым и вариативным дисциплинам направления. Знать работы ведущих зарубежных и отечественных социологов в области социологии маркетинга; общие результаты эмпирических исследований в профессиональной сфере, в том числе для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Уметь: формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социальной сферы, разработку мер воздействия и оценку его эффекта, в том числе аудит источников информации при оценке достаточности и достоверности; работать с современными общими и профессиональными программами. Обрабатывать социологическую информацию и аналитические материалы для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга; Владеть: терминологическим аппаратом, методами, методиками, техниками и инструментарием научного исследования; навыками политического, экономического, социологического анализа; владеть навыками разрабатывать программу социологического исследования во всех ее элементах; осуществлять теоретическую и эмпирическую интерпретацию понятий, определять единицы анализа, способы и методы эмпирических исследований для профессиональной деятельности в сфере социологии маркетинга;</p>	
<p>ПК-13: Способностью и умение использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии)</p>	<p>Знать: содержание и методическую систему осуществления учебных программ, их дидактическое обеспечение в преподавании дисциплин; методику преподавания, активные методы обучения в сфере преподавания социологических дисциплин; Уметь: применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин, современные психологические технологии обучения; подготавливать учебно-методическую, дидактическую, психолого-педагогическую документацию для преподавания социологических дисциплин; проводить занятия по социологии, социально-гуманитарным дисциплинам в учреждениях среднего и высшего профессионального образования Владеть: педагогическими способностями, навыками педагогической коммуникации; интеллектуальными каузальными и аналитическими способностями; этикой педагогической работы; когнитивными качествами: рассудительностью, критичностью, идейностью, убежденностью, системностью мышления, категориальным анализом, социальной зрелостью личности, развитой способностью творческого мышления в сфере преподавания социологических дисциплин</p>	<p>Самостоятельная работа</p>

4.Содержание ГИА

Магистерская диссертация – самостоятельная научно-исследовательская работа, характеризующаяся внутренним единством, отражающая ход и результаты разработки выбранной темы исследования. Магистерская диссертация должна соответствовать современному уровню развития теории и практики в области информационных технологий, а ее тема – быть актуальной.

Магистерская диссертация оценивается по следующим критериям:

1. Требования к подготовке и оформлению ВКР. Оформление по ГОСТ (нормоконтроль)
2. Обоснование актуальности темы исследования и ее практическая значимость
3. Использование современных научных методов исследования. Новизна и

- оригинальность предложений по итогам исследования
4. Своевременность выполнения графика написания итоговой выпускной квалификационной работы и ее проверка на антиплагиат
 5. Качество доклада на защите. Качество ответов на дополнительные вопросы. Оценка работы студента в отзыве руководителя. Оценка рецензента **РАБОЧАЯ**

**ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
«ПЛАНИРОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО И ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ »**

Разработчик(и):

Доцент кафедры психологии

Д. М. Рамендик

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	2	2
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	36	36
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	2
Контроль по дисциплине	зачет	зачет

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью дисциплины является систематическая углубленная подготовка магистра к самостоятельной теоретической и практической исследовательской работе в разных сферах социальной психологии.

В ходе изучения дисциплины решаются задачи приобретения знаний, умений и навыков, необходимых для целенаправленного самостоятельного планирования и организации социально-психологического исследования для разрешения конкретной психологической проблемы. Учащиеся должны получить знания, которые позволят им сформулировать цели исследования, в соответствии с ними критически проанализировать и осмыслить имеющуюся информацию, выбрать оптимальные методы и технологии их достижения.

Специальной задачей является осознание магистрами необходимости строго следовать профессиональным этическим принципам, а также ответственности за принимаемые решения, в том числе возможные ошибки.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Планирование теоретического и эмпирического исследования» в системе высшего и дополнительного образования является факультативной подготовки магистров по направлению 39.04.01 «Социология».

Дисциплина «Планирование теоретического и эмпирического исследования» является основополагающей для прохождения магистрами всех видов практик и подготовки ВКР.

Итоговая форма контроля проводится в форме зачета.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций ОПК-4

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОПК-4 Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Знать: совокупность критериев, норм и ценностей, ранжирующих уровни интеллектуального развития, профессиональной, социальной, культурной и духовной зрелости Уметь: самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения; использовать новые методики социологических и социально-психологических исследований и методики, выходящие за пределы профиля профессиональной деятельности Владеть: Владеть основами межкультурной компетенции, методами анализа культурных феноменов, навыками межкультурного и межпрофессионального взаимодействия	Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

4. Разделы дисциплины

Этические принципы в деятельности психолога Экспериментальный метод и нормативы научного исследования в психологии.

Планирование как условие установления экспериментальных эффектов. Типы экспериментов.

Межгрупповые, кроссиндивидуальные и интраиндивидуальные схемы эксперимента.

Проблемы надежности, валидности и избегания ошибок.

Особенности психологического эксперимента и анализа данных с использованием современных информационных технологий. Проблемы, достижения и перспективы.

Представление данных психологического исследования (отчет, визуализация и презентация, рекомендации, подготовка публикации) .

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ»

Разработчики:

Доцент кафедры психологии
Профессор кафедры психологии

А.В. Никольская
Н.В. Калинина

Форма обучения	очная	очно-заочная
Курс:	1	1
Семестр:	1	1
Модуль:	1	1
Лекции:	18	18
Практические:	18	18
Самостоятельная работа студента:	36	36
Контроль:		
Общая трудоемкость дисциплины в часах	72	72
Общая трудоемкость дисциплины в зач. ед.	2	2
Контроль по дисциплине	зачет	зачет

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью дисциплины является формирование представлений о процессах социальной адаптации, о трудностях социальной адаптации лиц с особыми образовательными потребностями и ограниченными возможностями здоровья к группе, взаимодействию, учебной и трудовой деятельности, о возможностях и ресурсах социальной адаптации; подготовка к самостоятельной реализации задач собственной социальной адаптации к группе, учебной деятельности, к выработке направлений и

способов саморазвития и самореализации с учетом особенностей и закономерностей процессов социальной адаптации; к выявлению и анализу психологических и образовательных проблем лиц с особыми образовательными потребностями; к использованию психологических ресурсов социальной адаптации. В ходе изучения дисциплины решаются задачи осмысления магистрами роли психологических знаний и технологий в процессе социальной адаптации лиц с особыми образовательными потребностями, овладение теоретическим и прикладным аппаратом выявления и решения психологических задач в сфере социальной адаптации лиц с особыми образовательными потребностями.

2. Место учебной дисциплины в структуре опоп

Учебная дисциплина Социальная адаптация включена в учебный план подготовки магистров по направлению 39.04.01 «Социология» как факультативная дисциплина.

Она основывается на общих знаниях основных разделов психологии как науки, на специальных знаниях клинической психологии, психологии личности, возрастной и дифференциальной психологии, социальной психологии, полученных при освоении образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 39.04.01 «Социология». Знания и умения, полученные при освоении дисциплины используются для дальнейшего изучения дисциплин по учебному плану, а также для прохождения магистрами учебной практики по получению профессиональных умений и навыков, производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущего контроля. Итоговая аттестация по дисциплине – зачет.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Реализация в дисциплине «Социальная адаптация» требований ФГОС ВО по направлению, ОПОП и учебного плана подготовки магистров должна формировать следующие компетенции: ОК-3

Код компетенции, формулировка	Критерии результатов обучения	Технологии формирования компетенций
ОК- 3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: факторы и условия социальной адаптации личности, особенности процессов саморазвития и самореализации лиц с особыми образовательными потребностями и ограниченными возможностями здоровья; принципы и технологии социальной адаптации и развития личностных ресурсов у лиц с особыми образовательными потребностями</p> <p>Уметь: формулировать цели и устанавливать приоритеты саморазвития, выделять возможности и ресурсы для самореализации и преодоления трудностей в социальной адаптации; использовать знания для реализации задач социальной адаптации и саморазвития лиц с особыми образовательными потребностями</p> <p>Владеть: приемами саморегуляции функциональных состояний, способностью к самоанализу и самоконтролю процессов и условий социальной адаптации, к выявлению ресурсов и потенциала социальной адаптации и преодоления трудностей социальной адаптации лиц с особыми образовательными потребностями;</p>	<p>Лекции Практические занятия Индивидуальные задания</p>

4.Разделы дисциплины

Понятия «социальная адаптация» и «инклюзивное образование». Общественная значимость и условия социальной адаптации лиц с ограниченными возможностями здоровья. Нормативная база реализации инклюзивного образования. Современные направления исследований в рамках социальной адаптации и инклюзивного образования
Психологические механизмы социальной адаптации и реализации инклюзивного образования

Общая характеристика трудностей и потенциальных возможностей социальной адаптации лиц с нарушениями слуха, зрения, речи, с нарушениями опорно-двигательного аппарата, с особенностями эмоционально-волевой сферы и поведения.

Особенности протекания познавательных, эмоциональных, волевых и поведенческих процессов у лиц с особыми образовательными потребностями и возможности их развития

Психологические условия социальной адаптации в инклюзивном образовании

Реализация индивидуального подхода в инклюзивном образовании

Трудности в социальной адаптации и ресурсы их преодоления

Основные принципы и технологии саморазвития ресурсов социальной адаптации