

Компонент ОПОП

Направление подготовки: **39.04.01 Социология**

Направленность (профиль): **Социологические исследования в маркетинге**

Б1.О.02

шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**Дисциплины
(модуля)**

**Методология и методы социологического исследования в
маркетинге**

Разработчик (и):
Шарова Е.Н.,
доцент кафедры ФиСН,
канд. социол. наук, доцент

Утверждено на заседании кафедры
философии и социальных наук
протокол № 7 от 27 февраля 2025 г.
Заведующий кафедрой
философии и социальных наук



Жигунова Г.В.

**Мурманск
2025**

Пояснительная записка

Объем дисциплины __3__ з.е.

1. **Результаты обучения по дисциплине (модулю)**, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1 ук-2 Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними ИД-2 ук-2 Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта ИД-3 ук-2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм ИД-4 ук-2 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач ИД-5 ук-2 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	Знать: основы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла Уметь: использовать приемы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла Владеть: технологией управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
ОПК-2 Способен проводить фундаментальные и прикладные социологические исследования и представлять их результаты	ИД-1 опк-2 Операционализирует задачи конкретного социологического исследования; ИД-2 опк-2 Предлагает пути проверки задач и гипотез исследования; ИД-3 опк-2 Разрабатывает программные и методические документы социологического исследования; ИД-4 опк-2 Решает организационные и методические вопросы сбора информации в соответствии с поставленными задачами и методической стратегией исследования; контролирует сбор социологических данных;	Знать: методологические основы социологических исследований Уметь: разрабатывать программу социологического исследования Владеть: методологией и методикой проведения социологических исследований

	ИД-5 ОПК-2 Оформляет научно-техническую документацию на всех этапах исследования	
ОПК-4 Способен разрабатывать предложения и рекомендации для проведения социологической экспертизы и консалтинга	ИД-1 ОПК-4 Демонстрирует возможности использования теоретических знаний и результатов социологических исследований для разработки предложений и рекомендаций для проведения социологической экспертизы и консалтинга; ИД-2 ОПК-4 Выявляет социально значимые проблемы при использовании описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов; ИД-3 ОПК-4 Формулирует задачи для определения путей решения социально значимых проблем на основе теоретических знаний и результатов конкретных социологических исследований	Знать: • основы разработки предложений и рекомендаций для проведения социологической экспертизы и консалтинга Уметь: • использовать приемы разработки предложений и рекомендаций для проведения социологической экспертизы и консалтинга Владеть: • технологией разработки предложений и рекомендаций для проведения социологической экспертизы и консалтинга

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Теоретико-методологические основы социологического исследования в маркетинге

Основы методологии и методики социологического исследования. Стратегии и виды социологических исследований. Программа социологического исследования, назначение, содержание и структура программы социологического исследования. Стратегический план социологического исследования и его основные разновидности. Выборочный метод в социологических исследованиях. Виды выборочного метода. Размеры и ошибка выборки. Стратегии расчета объема выборки.

Тема 2. Методы социологического исследования в маркетинге

Основное назначение и область применения метода наблюдения в маркетинге. Классификация видов наблюдения. Планирование наблюдения, разработка программы. Регистрация результатов наблюдения и методы повышения их надежности. Опросные методы в маркетинге. Основное назначение и область применения. Виды опроса. Требования к формулировке вопросов. Анализ документов как метод исследования в маркетинге. Область применения метода, его особенности и основные нормативные требования. Виды формализованного и неформализованного анализов документов, их отличительные особенности. Эксперимент в маркетинге. Специфика эксперимента, его возможности и границы применения в познании социальной реальности. Виды эксперимента. Процедура и техника эксперимента. Социометрический опрос: основные характеристики и особенности проведения. Методические особенности социологических исследований в качественной парадигме.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в

электронном курсе в ЭИОС МАУ;

- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Маженина, Е.А. Методология и методика социологических исследований : электронное учебное пособие / Е.А. Маженина, Т.Н. Протасова ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет», Кафедра социологических наук. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2014. - 132 с. - ISBN 978-5-8353-1693-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437477>.

2. Климантова, Г.И. Методология и методы социологического исследования : учебник / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 256 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 212-214. - ISBN 978-5-394-02248-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452578>.

3. Бурганова, И.Н. Теория измерений в социологии : учебно-методическое пособие / И.Н. Бурганова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 166 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5681-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429390>.

Дополнительная литература

4. Хамидуллин, Н.Р. Методика и техника социологических исследований : учебно-методическое пособие / Н.Р. Хамидуллин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский государственный университет. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2017. - 111 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1722-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481757>

5. . Логунова, Л.Ю. Методология социологических исследований : учебное пособие / Л.Ю. Логунова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет» ; отв. ред. Л.Л. Шпак. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2014. - 92 с. - Библиогр.: с. 75-80. - ISBN 978-5-8353-1651-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278902>.

6. . Анализ данных качественных исследований : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет»; сост. А.П. Истомина. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 94 с. : ил. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458654> (06.06.2018).

7. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 2 : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 448 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00066-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/438332> (дата обращения: 17.12.2019).

8. Горшков, М. К. Прикладная социология + практикум в ЭБС : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 334 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10789-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/431522>.

9. Носс, И. Н. Качественные и количественные методы исследований в психологии : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. Н. Носс. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 362 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3681-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/426255> (дата обращения: 20.12.2019).

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1) Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации- URL: <http://pravo.gov.ru>

2) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - URL: <http://window.edu.ru>

3) Справочно-правовая система. Консультант Плюс - URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1) *Офисный пакет Microsoft Office 2007*

2) *Система оптического распознавания текста ABBYY FineReader*

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ;

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения											
	Очная				Очно-заочная				Заочная			
	Семестр			Всего часов	Семестр			Всего часов	Семестр/Курс			Всего часов
	1											
Лекции	20											
Практические занятия	40											
Лабораторные работы	0											
Самостоятельная работа	12											
Подготовка к промежуточной аттестации	36											
Всего часов по дисциплине / из них в форме практической подготовки	108											
	0											

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	+											
Зачет	-											
Количество сообщений, докладов, презентаций	5											
Количество кейс-заданий	2											
Количество тестовых заданий	2											

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п\п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Теоретико-методологические основы социологического исследования в маркетинге
2	Методы социологического исследования в маркетинге