

Компонент ОПОП 39.03.01 Социология, направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология

К.М.01.02
шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

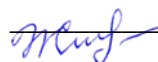
Дисциплины
(модуля)

Проектная деятельность в цифровой среде

Разработчик (и):
Жигунова Г.В.,
зав. кафедрой ФиСН,
д-р социол. наук,
доцент

Утверждено на заседании кафедры
философии и социальных наук
протокол № 11 от 23.04.2024

Заведующий кафедрой



Жигунова Г.В.

Мурманск
2024

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)
ПК-2 Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)	<p>ИД-1ПК-2 Проводит подготовку и планирование проектного предложения по реализации фундаментального или прикладного социологического исследования.</p> <p>ИД-2ПК-2 Разрабатывает программные и методические документы фундаментального или прикладного социологического исследования.</p> <p>ИД-3ПК-2 Разрабатывает проектную документацию фундаментального или прикладного социологического исследования (в том числе для участия в открытых конкурсах государственных закупок и заключения государственных контрактов, подачи заявки на грант, участия в коммерческом тендере).</p>	<p>Знать: особенности подготовки проектных предложений для проведения социологических исследований</p> <p>Уметь: проводить подготовку проектного предложения по реализации фундаментального или прикладного социологического и маркетингового исследования; разрабатывать проектную документацию фундаментального или прикладного социологического исследования (в том числе для участия в открытых конкурсах государственных закупок и заключения государственных контрактов, подачи заявки на грант, участия в коммерческом тендере).</p> <p>Владеть: навыками разработки программных и методических документов социологического и маркетингового исследования</p>

<p>ПК-4 Способен к научно-исследовательской деятельности социальных явлений и процессов в цифровом обществе</p>	<p>ИД-1_{ПК-4} Осуществляет описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований; ИД-2_{ПК-4} Осуществляет составление и оформление итоговых документов по результатам фундаментального или прикладного социологического исследования; ИД-3_{ПК-4} Осуществляет представление результатов фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям</p>	<p>Знать: Основы осуществления научно-исследовательской деятельности социальных явлений и процессов в цифровом обществе Уметь: осуществлять описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований; осуществлять составление и оформление итоговых документов по результатам фундаментального или прикладного социологического исследования. Владеть: навыками представления результатов фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям</p>
---	--	--

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Проект: сущность и стратегии

Понятие проекта. Современная концепция в управлении проектами.

Стратегия маркетинга. Стратегия проекта, его бюджет и механизм реализации. Особенности управления социальными и маркетинговыми проектами. Риски проектов. Алгоритм разработки проекта.

Тема 2. Социологический и маркетинговый анализ в проекте: Принципы и методы

Сущность, принципы, методы социологического и маркетингового анализа. Направления и типы анализа.

Маркетинговая среда фирмы. Особенности анализа маркетинговой среды предприятия.

Исследование конкуренции как социально-обусловленного процесса.

Макро и микро маркетинговая среда: понятие, структура, элементы.

Методика PEST-анализа.

Конкуренция как социально-обусловленный процесс.

Генерическая конкуренция.

Модель анализа конкуренции М. Портера. Стратегии конкурентной борьбы.

Ключевые факторы успеха. Теория кластеров. Развитие сети конкурентов. Значение изучения факторов маркетинговой среды с целью определения сильных и слабых сторон предприятия, опасностей и возможностей (SWOT, TOWS анализ). SNW –анализ.

Тема 3. Проектирование исследования в цифровой среде

Проблематика исследований цифровой среды. Эскиз проекта. Программа маркетингового исследования. Дизайн исследования. Этапы построения дизайна.

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. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. URL: <https://biblio-online.ru/book/EE1D03E0-11C3-4726-AB58-622E556B1BF5/marketingovye-issledovaniya-teoriya-i-praktika>
2. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492734> (дата обращения: 30.03.2022).
3. Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие. М. : Юнити-Дана, 2015. 303 с. URL: <https://biblio-online.ru/book/10367DB3-7706-4F70-86B1-4A200EB731B8/marketingovye-issledovaniya>
4. Кравченко, С. А. Социология цифровизации : учебник для вузов / С. А. Кравченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 236 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14307-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496708> (дата обращения: 30.03.2022).
5. Наумова Л.М. Проектирование маркетинговых исследований : учебное пособие. Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. 248 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278>

Дополнительная литература:

6. Красина Ф.А. Маркетинговые исследования : учебное пособие. Томск : Эль Контент, 2015. 126 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480760>
- Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие. М. : Дашков и К°, 2017. 294 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>

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*
- 3) IBM SPSS Statistics 22

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 бакалавриата, 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	
	Семестр	Всего часов
	б	
Лекции	14	14
Практические занятия	28	28
Лабораторные работы	0	0
Самостоятельная работа	66	66
Подготовка к промежуточной аттестации	-	-
Всего часов по дисциплине	108	108
/ из них в форме практической подготовки	0	0

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Зачет	+	
Количество докладов/сообщений	3	
Количество презентаций	3	
Количество практических работ	6	

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п\п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Зарождение и развитие рекламы
2	Реклама и ценностные ориентации общества
3	Роли, особенности и взаимосвязь массового сознания, культуры, рекламы в массовом обществе
4	Виды рекламы
5	Характеристика современного рекламного процесса
6	Методы исследования и оценки эффективности рекламы