МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор-проректор по учебной работе
_____ Н.Н. Сухих
«30» августа 2017 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Социология

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль):
Реклама и связи с общественностью в отрасли (транспорт)

Квалификация (степень) выпускника:
бакалавр

Форма обучения:
очная

Санкт-Петербург
2017

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Социология» являются: приобретение студентами знаний основных положений зарубежной и отечественной социологической мысли, социальных механизмов исторического развития общества, формирование гражданской позиции студента, а также применение социологических знаний, умений, навыков в профессиональной деятельности для проведения социологических и маркетинговых исследований при взаимодействии с государственными и коммерческими организациями для осуществления рекламной деятельности в авиабизнесе.

Задачами освоения дисциплины являются:

- овладение студентами основными знаниями социологии, её предметом, методом, основными законами и функциями;
- формирование умений практического применения базовых теоретических знаний в процессе изучения дисциплины и их применения в профессиональной деятельности;
- изучение предпосылок и особенностей формирования гражданского общества, а также медиатехнологий, способствующих его формированию;
- овладение основными навыками для проведения эмпирических социологических и маркетинговых исследований.

Дисциплина (модуль) обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной, рекламно-информационной, научно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина (модуль) «Социология» представляет собой дисциплину, относящуюся к Базовой части Блока 1 Дисциплины (модуля).

Дисциплина (модуль) «Социология» базируется на следующих дисциплинах: «Философия», «Культурология».

Дисциплина (модуль) «Социология» является обеспечивающей для дисциплин: «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Современные технологии обработки социологической информации».

Дисциплина (модуль) изучается во 2 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)
Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);	Знать: - основные этапы и закономерности исторического развития общества, ключевые категории социологии такие как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»; Уметь: - определять особенности и ключевые характеристики исторического развития общества для формирования гражданской позиции; Владеть:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)
	- навыками анализа развития общества, самостоятельно формировать гражданскую позицию.
Способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);	Знать: - отечественный и зарубежный опыт в области маркетинговых исследований предприятия, этапы проведения маркетинговых исследований и источники информации для проведения маркетинговых исследований и обработки полученной информации; Уметь: - проектировать организационные структуры маркетинга при организации маркетинговых исследований; Владеть: - навыками сбора, обработки и анализа вторичной и первичной информации о динамики развития внешней и внутренней среды предприятия; навыками анализа конъюнктуры рынка и оценки рыночных позиций предприятия; навыками анализа сегментации рынка и позиционирования товара на рынке; навыками разработки анкеты для опроса потребителей
Способность организовывать и проводить социологические	Знать: - основные методы проведения социологических исследований; Уметь:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)
исследования (ПК-10).	- разрабатывать методики сбора, обработки и анализа социологической информации; Владеть: - навыками сбора и анализа социологической информации.

4 Объём дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестры
		2
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	72	72
Контактная работа:	52	52
лекции	18	18
практические занятия	34	34
Самостоятельная работа студента	11	11
Промежуточная аттестация	9 Зачет	9 Зачет

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-2	ПК-9	ПК-10		
Тема 1. Социология как наука об обществе Лекция «Общество как социокультурная система»	5	+	–	+	Л ПЗ СРС, ВК	УО,Д
Тема 2. История становления и развития социологии Лекция «Зарубежная и отечественная социология»	7	+	–	+	Л ПЗ СРС	УО,Д
Тема 3. История становления и развития социологии Лекция «Отечественная социология»	7	+	–	+	Л ПЗ СРС	УО,Д
Тема 4. Гражданское общество и массовая информация Лекция «Гражданское общество: основные этапы становления»	7	+	–	+	Л ПЗ СРС, КС	УО, Д
Тема 5. Социологические исследования как отрасль	7	+	+	+	Л ПЗ	УО,Д

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-2	ПК-9	ПК-10		
социологической науки Лекция «Стратегии исследования»					СРС	
Тема 6. Программа маркетингового и социологического исследования Лекция «Основные методы эмпирических исследований»	7	–	+	+	Л ПЗ СРС	УО,Д
Тема 7. Методические основы маркетинговых исследований Лекция «Составление плана маркетингового исследования»	7	+	+	+	Л ПЗ СРС	УО,Д
Тема 8. Формы для сбора данных Лекция «Специальные методики и процедуры»	8	+	+	+	Л ПЗ СРС	УО,Д
Тема 9. Количественные и качественные методы проведения социологических исследований Лекция «Организация социологического исследования с применением количественных методов»	8	+	+	+	Л ПЗ СРС	УО,Д
Итого по дисциплине	63	–	–	–	–	–
Промежуточная аттестация	9	–	–	–	–	–
Всего по дисциплине (модулю)	72	–	–	–	–	–

Сокращения: Л – лекция, ПЗ-практические занятия, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, УО – устный опрос, КС- круглый стол, Д-доклад.

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	К	Всего часов
Тема 1. Социология как наука об обществе.	2	2	–	–	1	–	5
Тема 2. История становления и развития зарубежной социологии.	2	4	–	–	1	–	7
Тема 3. История становления и развития отечественной социологии.	2	4	–	–	1	–	7
Тема 4. Гражданское общество и массовая информация	2	4	–	–	1	–	7
Тема 5. Социологические исследования как отрасль социологической науки	2	4	–	–	1	–	7
Тема 6. Программа маркетингового и социологического исследования	2	4	–	–	1	–	7
Тема 7. Методические основы маркетинговых исследований	2	4	–	–	1	–	7
Тема 8. Формы для сбора данных	2	4	–	–	2	–	8
Тема 9. Количественные и качественные методы проведения социологических исследований	2	4	–	–	2	–	8

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	К	Всего часов
Итого за семестр	**18**	**34**	–	–	**11**	–	63
Промежуточная аттестация	–	–	–	–	–	–	9
Всего по дисциплине (модулю)	**18**	**34**	–	–	**11**	**9**	**72**

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Социология как наука об обществе.

Социология как наука о социальных системах и поведении людей. Объект, предмет и основные категории социологической науки. Категория «социальное» в предметной области социологии. Место социологии в системе современного обществознания и ее взаимосвязь с другими науками: философией, экономикой, политологией, правом, историей, математическими науками.Структура социологии. Цели и задачи фундаментальной и прикладной социологии. Роль и значение эмпирических исследований в социологии. Основные функции социологии в обществе: теоретическая, методологическая, прикладная, прогностическая. Области применения социологических знаний: управление, маркетинг, политические исследования, средства массовой информации.

Тема 2. История становления и развития зарубежной социологии.

Исторические условия возникновения социологии. Теоретические предпосылки становления социологии как науки. Периодизация развития социологии. Классические социологические концепции XIX-начала XX в. (О. Конт, Г. Спенсер, К. Маркс Э. Дюркгейм, (М. Вебер). Психологическое направление в социологии (Г.Тард, Ч.Кули, З.Фрейд). Возникновение и

эволюция эмпирической социологии. Роль Чикагской шкалы в развитии эмпирических исследований (У.Томас, Р.Парк). Разработка П.Лазерсфельдом методологии эмпирической социологии.

Социологические концепции XX в. Структурно-функциональный подход к изучению общества: Т.Парсонс, Р.Мертон. Символический интеракционизм (Дж.Мид, Г.Блумер, И.Гоффман). Феноменологическое направление в социологии. Этнометодология. Современные социологические теории. Теория обмена (Дж.Хоманс, П.Блау), «теория рационального выбора (Дж.Коулмен). Теория структурации Э.Гидденса. Теория самореферентных систем Н.Лумана. Динамическая социология А.Турена. Конструктивизм как один из принципов современного социологического мышления, социологический постмодернизм.

Тема 3. История становления и развития отечественной социологии.

Социология в России. Основные направления русской социологической мысли: натуралистическое (Л.И.Мечников); народническое (П.Л.Лавров, Н.К.Михайловский и др.); неославянофильское (Н.Я.Данилевский. К.Н.Леонтьев); генетическая социология (М.М.Ковалевский); неопозитивизм (К.М.Тахтарев, П.А.Сорокин); марксистское направление (Г.В.Плеханов, В.И.Ленин). Советский период (1920-1930 гг., 1960-1980 гг.). Постсоветский период. Социология XX-XXI века.

Тема 4. Гражданское общество и массовая информация.

Интерпретация понятия «гражданское общество». Массовая информация в контексте базовых прав и свобод личности. Роль медиа в демократическом обществе. Гражданское общество и медиа в координатах постсовременности.

Тема 5. Социологические исследования – отрасль социологической науки.

Понятие, структура и уровни современной социологической науки. Понятие, предмет и метод социологического исследования. Научная и

практическая значимость социологического исследования, его место и роль в социологической науке. Научные принципы и этика социологического исследования. Отечественные социологические исследования – тематика и роль в жизни общества.

Тема 6. Программа социологического исследования.

Программа как организационно-логическая основа социологического исследования. Основные функции программы: методологическая, методическая, прогнозная, организационно-технологическая. Структура программы социологического исследования. Вводная, теоретико-методологическая, методико-процедурная, аналитически-объяснительная части программы и их назначение. Вводная часть программы: содержание и способы разработки. Понятие социальной проблемы. Типология социальных проблем и их выявление. Обоснование актуальности темы. Социологическая проблема. Выделение объекта исследования. Определение разработанности темы и предмета исследования. Проблемная ситуация. Принципы формулирования темы. Выбор цели и задач исследования. Теоретические основания исследования и критерии их определения. Понимание эмпирического объекта исследования.

Тема 7. Методические основы маркетинговых исследований

Сущность маркетинговых исследований. Становление маркетинговых исследований как отрасли бизнеса. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Субъекты и объекты маркетинговых исследований. Специфика российских условий проведения маркетинговых исследований. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации, их достоинства и недостатки. Достоинства и недостатки разных форм организации маркетинговых исследований собственными ситами предприятия или с использованием специализированных консультационных организаций.

Тема 8. Формы для сбора данных

Характеристика шкал, используемых в социологических и маркетинговых измерениях. Построение шкал измерений: графическое, ранжирование объектов, попарное сравнение, с использованием метода суммарных оценок (шкала Лайкерта), интервальная шкала. Надежность и достоверность измерения маркетинговой информации. Составление анкет.

Тема 9. Качественные и количественные методы проведения социологических исследований.

Количественные методы проведения социологического исследования. Разработка анкеты. Виды вопросов для составления анкеты. Контент-анализ публикаций рекламы в аэропортовых журналах.

Качественные исследования при исследовании тематики рекламных сообщений. Подготовка и проведение интервью. Разработка вопросов для проведения фокус-группы. Наблюдение как метод социологического исследования. Проведение эксперимента при введении новой услуги на рынок авиаперевозок.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисцип-лины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
	2 семестр	
1	Практическое занятие 1. «Предмет и объект социологии»	2
1	Практическое занятие 2. «Методы и функции социологии».	2
2	Практическое занятие 3.«Зарубежная социология – классический этап»	2
2	Практическое занятие 4. «Социологическая мысль конца XX-начала XXI»	2
3	Практическое занятие 5. «Отечественная социология-XIX в.»	2
3	Практическое занятие 6. «Отечественная социология-XIX в.»	2
4	Практическое занятие 7.Содержание гражданского общества	2
4	Практическое занятие 8.Специфика массовых коммуникаций	2
5	Практическое занятие 9.«Особенности проведения социологических исследований»	2
5	Практическое занятие 10.«Прикладные методы социологических исследований»	2
6	Практическое занятие 11.«Проектирование	2

Номер темы дисцип-лины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
	2 семестр	
	программы социологических исследований»	
6	Практическое занятие 12.«Актуальные социальные проблемы и явления»	2
7	Практическое занятие 13. «Сущность и специфика маркетинговых исследований»	2
7	Практическое занятие 14. «Организация проведения маркетинговых исследований»	2
8	Практическое занятие 15. «Использование основных видов шкал»	2
9	Практическое занятие 16. «Количественные и способы обработки социологической информации»	2
9	Практическое занятие 17. «Качественные способы обработки социологической информации»	2
	Итого за семестр	34
	Итого по дисциплине (модулю)	34

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
1	Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки. Объект и предмет социологии. Место социологии в системе общественных наук. Структура и функции социологии. Роль и значение социологического образования для выпускников Санкт-Петербургского государственного университета гражданской авиации [1,2,4].	1
2	Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки. Социологическое учение О. Конта. Учение о законах исторического развития, социальной статике и социальной динамике. Возникновение и распространениие функционалистстских, конфликтологических интеракционистских ориентаций, включение в число ведущих социологических подходов теории обмена, феноменологической и этнометодологической парадигм. Современные теории российской социологии [1,2,3,4,5].	1

Номер темы дисцип-лины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
	Русская социологическая мысль. Основные течения в русской социологии XIX в. Возникновение марксистской социологии в России. Современный этап развития социологии. Современные социологические теории.	
3	Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки. Разработка понятия «гражданское общество», критерии его определения. Историческое развитие гражданского общества. Роль массовой коммуникации в становлении гражданского общества. Гражданское общество и публичная сфера. Влияние политик на становление гражданского общества. Медиатехнологии и гражданское общество [1,2,4,6].	1
4	Основные методы социологических исследований. Проведение социологического опроса: анкетирование, интервью, фокус-группа, контент-анализ. Особенности отечественных и зарубежных социологических исследований в сфере корпоративной культуры, бизнес-организаций, рекламы и пиара [1,2,4-6].	1
5	Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки. Особенности и специфические черты написания программы для	1

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	проведения социологического исследования. Выделение предмета и объекта, целей и задач. Понятия, категории как основа социологического анализа. Необходимость интерпретации понятий в социологическом исследовании. Связь интерпретации понятий с проблемой, объектом, предметом, целями и задачами исследования. Теоретическая и эмпирическая интерпретация. Разбор примеров уточнения и интерпретации понятий [1,2,6].	
6	Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки. Маркетинг как инструмент изучения рынка товаров и услуг. Различные процедуры анализа (SWOT), case-study, bench-marking. Прикладные исследования аудитории и потребителей. Методы и инструментарий изучения потребительского поведения. Реклама как способ манипулирования потребительским поведением. Культура потребления. Модель и механизм формирования потребительской культуры. Характеристики потребительской культуры: язык потребления, символы, вариации конкретных культурных ценностей и др. Национальные	1

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	особенности потребительской культуры в России [1,2,6].	
7	Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки. Применение различных вопросов для составления анкеты, проведения интервью, фокус-группы, экспертного опроса. Виды шкал и процедуры оценивания социальных и экономических процессов в сфере рекламы и пиара. Особенности измерения потребительского поведения. Примеры предоставления результатов: показатели, индексы [1,2,4,5].	1
8	Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки. Количественные методы проведения социологического исследования. Особенности анкетирования. Контент-анализ публикаций в аэропортовых журналах.	2
9	Качественные исследования. Подготовка и проведение интервью. Разработка вопросов для проведения фокус-группы. Наблюдение как метод социологического исследования. Проведение эксперимента при введении новой услуги на рынок авиаперевозок.	2

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
Итого за семестр		11
Итого по дисциплине (модулю)		11

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1 Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/52278E7F-B53C-4361-B325-C2B76F31AFFE.

2 Социология : учебник для прикладного бакалавриата / О. Г. Бердюгина [и др.] ; отв. ред. В. А. Глазырин. — 5-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 414 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-04188-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F5536706-1CB7-4C5D-A859-CA2FB7A897B4.

3 **Социология. Методика проведения социологических исследований : учеб.** пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 118 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01704-5. — Режим доступа : **www.biblio-online.ru/book/2F3CE33D-C144-4115-B4C1-691A4EDD24FF**

б) дополнительная литература:

4 Долгоруков, А. М. Общая социология. Практикум : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. М. Долгоруков ; под общ. ред. Н. И. Лапина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 242 с. — (Серия : Бакалавр и специалист). — ISBN 978-5-534-00033-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7F50565F-4849-47FC-B838-65DE931C8334.

5 Исаев, Б. А. Социология : учебное пособие для академического бакалавриата / Б. А. Исаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03784-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/4DCFF5F4-3C48-4EEC-A685-FB4B9E86329B.

6 Ильин, Г. Л. Социология и психология управления : учебное пособие для академического бакалавриата / Г. Л. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 191 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02847-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/562705C1-5170-49B2-8249-67B5924ED3A8.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

9 **Всероссийский центр изучения общественного мнения** [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://wciom.ru/ свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

10 **Демографические вопросы, статистика и социологические исследования** [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.demoscope.ru/weekly/

свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

11 **Журнал «Социологическое обозрение»** [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://sociologica.hse.ru /свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

12 **Журнал социально-гуманитарных исслед**ований [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://journal-labirint.com/ свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

13 **Журнал Социологические исследования** [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.isras.ru/socis_numbers.html /свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

14 **Научная электронная библиотека** [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://cyberleninka.ru/ свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

15 **Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики** [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.gks.ru/ свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

16 **Российская государственная библиотека** [Электронный ресурс] / Центр информ. технологий РГБ ; ред. Власенко Т. В. ; Web-мастер Козлова Н.В. - Электрон. дан. - М. : Рос. гос. б-ка, 1997- . - Режим доступа: http://www.rsl.ru , свободный. - Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

17 **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://window.edu.ru, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

18 **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультатнт Плюс. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

19 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://elibrary.ru/, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

20 **Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://socionet.ru/, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

21 **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Социология	Аудитория 317; Аудитория 452а; Аудитория 319; Учебно-методический кабинет № 322 - помещение для самостоятельной работы «Кабинет социально-экономических дисциплин и сервиса»	Монитор Samsung SyncMaster XL2370; Принтер Canon LBR -1120; Процессор AMD Athlon II X2 270; Монитор LG flatiron 23EN43T-B; Принтер Brother HL 2140R; МФУEcosys M2035dr; Процессор Intel Core 2 DUO ; Проектор Acer P1163; Монитор LG Flatron L1753S; МФУEcosys M2135dn; Процессор Intel core I7; Монитор LG Flatron L1753S; Процессор Intel Core 2 Quard; Монитор LG Flatron W2043T-PF; Процессор Intel Core 2 Duo; Принтер HP laserJET 1022NW; НоутбукBenQ joy book R56 series; ПроцессорIntelCore	Windows 7 Professional Microsoft OffiseStandart 2007 ABBYY FineReader 10 Windows XP pro SP 3 КасперскийАнтивирус 6.0 Windows 7Максимальная Касперский антивирус 10 ABBYY Fine Reader 8.0 Microsoft Office Professional 10 Microsoft Office enterprise ABBYY lingvo 12 EN

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Социология» предполагает использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студента.

Входной контроль проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц. Он осуществляется по вопросам дисциплин: «Философия», «Культурология».

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив дисциплины «Социология» в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных вопросах, стимулируется познавательная деятельность студентов.
Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, созданных в программе PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы и дополнительные журналы по социологии.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки дисциплины «Социология».

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий и подготовка ответов на вопросы.

Круглый стол ориентирован на формирование видения о том, какова роль социальных систем, социологии в процессе управления коммуникациями,

рекламой в современном обществе и каковы перспективы и тенденции развития общества.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств дисциплины «Социология » представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме зачета. Фонд оценочных средств дисциплины «Социология » включает: устные опросы, доклады.

Устный опрос проводится на практических занятиях в течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

Доклад – это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической или учебно-исследовательской темы. Доклады студентов занимают не больше 10 минут и могут проводиться в форме презентаций в среде MS Office PowerPoint.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде зачета во 2 семестре.

Зачет позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов, вынесенных на зачет. К моменту сдачи зачета должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

2 семестр

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Приме-чание
	минимальное значение	максимальное значение		
Лекция 1	1	2	1	
Практическое занятие 1	2	3	1	
Практическое занятие 2	3	3	2	
Лекция 2	1	2	3	
Практическое занятие 3	2	3	3	
Практическое занятие 4	2	3	4	
Лекция 3	1	2	5	
Практическое занятие 5	2	3	5	
Практическое занятие 6	3	4	6	
Лекция 4	1	2	7	
Практическое занятие 7	2	3	7	
Практическое занятие 8	2	3	8	
Лекция 5	1	2	9	
Практическое занятие 9	2	3	9	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Приме-чание
	минимальное значение	максимальное значение		
Практическое занятие 10	2	3	10	
Лекция 6	1	2	11	
Практическое занятие 11	2	3	11	
Практическое занятие 12	2	3	12	
Лекция 7	1	2	13	
Практическое занятие 13	2	3	13	
Практическое занятие 14	2	3	14	
Лекция 8	1	2	15	
Практическое занятие 15	2	3	15	
Практическое занятие 16	2	3	16	
Лекция 9	1	2	17	
Практическое занятие 17	2	3	17	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Зачет	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		

Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале	
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
90 и более	5 – «отлично»			
75÷89	4 – «хорошо»			
60÷74	3 – «удовлетворительно»			
менее 60	2 – «неудовлетворительно»			

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
ОК-2: Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	Знать	Объект и предмет социологии, ключевые категории социологии такие как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», особенности социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий	Проведение устного опроса Примерные вопросы: 1.Содержание понятий «общество», «культура», «личность»; 2.Значение гражданского общества в современном мире

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
	Уметь	определять особенности и ключевые характеристики исторического развития общества для формирования гражданской позиции	Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации Примерные вопросы: Содержание социальных проблем общества, стратификация, дифференциация по социальным, культурным, этническим, конфессиональны м различиям.
	Владеть	Владеть: - навыками анализа исторического развития общества, самостоятельно формировать гражданскую позицию для развития общества в целом.	Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации Примерные вопросы: 1Сущность социального пространства, коллектива, группы. 2Что означает гражданское общество?

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
ПК-10	Знать	основные методы проведения социологических исследований	Проведение устного опроса Примерные вопросы: 1Содержание понятий «опрос» 2Широта и глубина исследования 3 Синхронные и диахронные данные 4Структурированный и гибкий сбор данных
	Уметь	разрабатывать методики сбора, обработки и анализа социологической информации	Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации Примерные вопросы: Содержание и сущность социологических опросов в современном обществе. Примерная смоделированная ситуация: Вы работаете в коллективе и ваши коллеги решили принять участие в волонтерском проекте.

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
			Расскажите особенности участия в волонтерстве, какова его социальная значимость, способы регулирования общественных организаций в РФ с использованием различных видов опроса
	Владеть	навыками сбора первичной социологической информации по разработанным методикам	Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации Примерные вопросы: 1 Наблюдение 2Анализ документов 3 Эксперимент 4 Опрос 2.Проведение социологических опросов
ПК-9 Способность проводить маркетинговые исследования	Знать	отечественный и зарубежный опыт в области маркетинговых исследований предприятия, этапы проведения	Проведение устного опроса 1Основные вида маркетинговых исследований 2 Формирование

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
		маркетинговых исследований и источники информации для проведения маркетинговых исследований и обработки полученной информации	выборки 3 Сегментирование продуктов/товаров 4проведение рекламной компании 5 Различные вида анализа: факторный, кластерный, регрессионный
	Уметь	проектировать организационные структуры маркетинга при организации маркетинговых исследований	Проведение устного опроса: 1 Источники и методы сбора первичной информации: анкетирование (по почте, по телефону и др.); опросы (интервью) по метолу случайной или репрезентативной выборки; панельные исследования (постоянно действующая репрезентативная выборка), маркетинговые эксперименты, в т.ч. рыночное тестирование (пробные продажи); фокус – группы

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
	Владеть	навыками сбора, обработки и анализа вторичной и первичной информации о динамики развития внешней и внутренней среды предприятия; навыками анализа конъюнктуры рынка и оценки рыночных позиций предприятия; навыками анализа сегментации рынка и позиционирования товара на рынке; навыками разработки анкеты для опроса потребителей	Проведение устного опроса и разработка маркетинговых процедур анализа: 1Экспертные оценки (метод Делфи) и др. 2 Сбор оперативных (отчетных) данных по торговым предприятиям как метод оценки покупательского спроса 3 Характеристика шкал, используемых в маркетинговых измерениях 4 Построение шкал измерений: графическое, ранжирование объектов, попарное сравнение, с использованием метода суммарных оценок (шкала Лайкерта), интервальная шкала 5 Надежность и достоверность измерения маркетинговой информации 6 Составление

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
			анкет

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Вопросы входного контроля по дисциплине «Философия»:

1. Философия и наука как формы знания и познания.
2. Критерии научности знания. Верификация и фальсификация.
3. Общество как саморазвивающаяся система.
4. Понятия гражданского общества, нации и государства.

Вопросы входного контроля по дисциплине «Культурология»:

1. Элитарная и массовая культуры, их особенности на современном этапе развития общества.
2. Культура социальных отношений, ее структура и основные особенности.
3. Нравственная культура, ее ценности, нормы и принципы.
4. Политическая культура современной России.

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Критерии	Показатели	Описание шкалы оценивания
ОК-2: Знать: - основные этапы и закономерности исторического развития общества, ключевые категории социологии такие как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»	Умеет оперировать категориями «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество» Базовый уровень: Имеет представление об основных этапах формирования общества; Имеет представление об основных категориях, таких как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество». Профессиональный уровень: Имеет устойчивые знания по изучаемой дисциплине Способен ясно ответить об историческом развитии общества, назвать ключевых социологов, перечислить ряд социологических теорий	Отсутствие знания основных направлений теоретических конструкций социологии, таких как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество» Фрагментарные знания основных направлений теоретических конструкций социологии таких как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество» Общие, но не структурированные знания основных направлений теоретических конструкций социологии как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество» Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания основных направлений теоретических конструкций социологии, таких как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»
Уметь: Соотносить историческое развитие общества с существующей социальной ситуацией в	Умеет оперировать категориями «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество» в контексте современного общества	

Критерии	Показатели	Описание шкалы оценивания
стране, уверенное оперирование такими понятиями как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»		
Владеть: навыками интерпретации понятий «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»	Высокий уровень владения профессиональной терминологией, понятийно-категориальным аппаратом социологии; Логически последовательное, взаимосвязанное и правильное структурированное изложение обучающимся учебного материала; Грамотно ответить и интерпретировать категории, такие как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество», прослеживая связь между перечисленными категориями	Сформированные систематические знания основных направлений теоретических конструкций социологии таких как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»
ПК-9 Знать отечественный и зарубежный опыт в области маркетинговых исследований	Знать особенности отечественного и зарубежного опыта в области маркетинговых исследований предприятия, этапы проведения	Отсутствие знаний для использования отечественного и зарубежного опыта в области маркетинговых исследований Частично освоенные

Критерии	Показатели	Описание шкалы оценивания
предприятия, этапы проведения маркетинговых исследований и источники информации для проведения маркетинговых исследований и обработки полученной информации	маркетинговых исследований и источники информации для проведения маркетинговых исследований и обработки полученной информации Базовый уровень: Имеет представление об особенностях организации и проведения маркетинговых исследований, владеет базовыми процедурами составления и написания программы маркетингового исследования	знания для использования отечественного и зарубежного опыта в области маркетинговых исследований (3-4 балла); В целом успешные, но не систематически применяемые знаний для использования отечественного и зарубежного опыта в области маркетинговых исследований В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение знаний для использования отечественного и зарубежного опыта в области маркетинговых исследований Сформированное применение знаний для использования отечественного и зарубежного опыта в области маркетинговых исследований
Уметь: проектировать организационные структуры маркетинга при организации маркетинговых исследований;	Умеет осуществлять правильный выбор инструментов и технологий для проведения маркетингового анализа с использованием как отечественного, так и зарубежного опыта проведения маркетингового исследования	

Критерии	Показатели	Описание шкалы оценивания
Владеть: навыками сбора, обработки и анализа вторичной и первичной информации о динамики развития внешней и внутренней среды предприятия; навыками анализа конъюнктуры рынка и оценки рыночных позиций предприятия; навыками анализа сегментации рынка и позиционирования товара на рынке; навыками разработки анкеты для опроса потребителей	Профессиональный уровень: Способен грамотно применять социологические и экономические методы при проведении маркетинговых исследований, изучая рынок потребителей и производителей товаров и услуг. Готовить и предоставлять аналитический отчет в соответствии с требованиями заказчика. Обоснованный выбор и правильно подобные процедуры проведения маркетингового исследования с целью изучения рынка товаров и услуг, сравнение конкурентных преимуществ товаров.	

Критерии	Показатели	Описание шкалы оценивания
ПК-10 Знать: основные методы проведения социологических исследований	Знать основные методы проведения социологических исследований; Базовый уровень: Владение базовыми навыками применения различных социологических методов и процедур	Отсутствие знаний и методов проведения социологических исследований (1-2 балла); Фрагментарные знания и методов проведения социологических исследований (3-4 балла); Общие, но не структурированные знания и методов проведения социологических исследований (5-6 баллов); Сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания и методов проведения социологических исследований (7-8 баллов); Сформированные систематические знания проведения социологических исследований с применением различных методик (9-10 баллов).
Уметь: разрабатывать методики сбора, обработки и анализа социологической информации	Профессиональный уровень: Владеет различными методиками обработки информации и анализа данных, умение работать с различными источниками информации, знание различных процедур и техник проведения опроса, включая количественные и	Оценка «зачтено» при приеме зачета выставляется в случае: полного и правильного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов; самостоятельной подготовки обучающегося к ответу в установленные для этого сроки, исключающей использование нормативных источников, основной и

Критерии	Показатели	Описание шкалы оценивания
	качественные показатели	дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя; приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам; лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя. Оценка «зачтено» может быть выставлена также при соблюдении вышеперечисленных требований в основном, без существенных ошибок и пробелов при изложении обучающимся учебного материала. Оценка «не зачтено» при приеме зачета выставляется в случаях: отказа обучающегося от ответа на вопросы с указанием, либо без указания причин; невозможности изложения обучающимся учебного материала по одному или всем вопросам; допущения обучающимся существенных

Критерии	Показатели	Описание шкалы оценивания
		ошибок при изложении учебного материала по одному или всем вопросам; невладения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом; невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя. Любой из указанных недостатков может служить основанием для выставления обучающемуся оценки «не зачтено».
Владеть: навыками сбора социологической информации по разработанным методикам.	Высокий уровень: Совершенное владение методикой сбора информации с учетом различных методик и процедур оценивания информации, разработка социально-экономических показателей с целью анализа данных	Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающимся в случаях: необходимости конкретизации информации по вопросам с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам; необходимости проверки знаний отвечающего по основным темам и проблемам дисциплины при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

Дескрипторы	**Этапы формирования компетенции**	**Показатели**	**Описание шкалы оценивания**	
			«зачтено»	**«не зачтено»**
Знать	Основные этапы и закономерности историческо	Знание ключевых категорий социологических вопросов при	Знание основных категорий социологических вопросов, при	Поверхностное знание основных категорий социологически

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Описание шкалы оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
	го развития общества, ключевые категории социологии такие как «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»; отечественный и зарубежный опыт в области маркетинговых исследований предприятия, этапы проведения маркетинговых исследований и источники информации для проведения маркетинговых исследований и обработки полученной	операционализации понятий «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество» с целью понимания сути рассматриваемых концептов для дальнейшего применения в профессиональной деятельности; Знание ключевых аспектов организации, разработки и проведения маркетинговых и социологических исследований с целью создания рекламной кампании и других рекламных продуктов для государственных и коммерческих организаций.	операционализации понятий «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»; Знание основных элементов организации и проведения маркетинговых и социологических исследований при планировании рекламной кампании.	х понятий при интерпретации дефиниций: «общество», «социальные группы», «культура», «личность», «гражданское общество»; Поверхностное знание основных элементов организации и проведения маркетинговых и социологических исследований при планировании рекламной кампании.

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Описание шкалы оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
	информации; основные методы проведения социологических исследований;			
Уметь	Определять особенности и ключевые характеристики исторического развития общества для формирования гражданской позиции; проектировать организационные структуры маркетинга при организации маркетинговых исследований; разрабатывать методики сбора, обработки и анализа	Умение ориентироваться в основах социологических знаний с целью интерпретации общества, общественных процессов, гражданского общества; Умение ориентироваться в стратегиях, направленных на изучение различных социальных проектов, а также коммерческих продуктов при планировании рекламной деятельности; Демонстрировать умения разработки и организации	Уверенное умение ориентироваться в основах социологических знаний при интерпретации общества, общественных процессов, гражданского общества; Уверенное умение выбора стратегий, направленных на изучение различных социальных проектов, а также коммерческих продуктов при планировании рекламной деятельности в авиации; Демонстрация умений	Поверхностное умение ориентироваться в основах социологических знаний при интерпретации общества, общественных процессов, гражданского общества; Неверный выбор стратегий, направленных на изучение различных социальных проектов, а также коммерческих продуктов при планировании рекламной деятельности в авиабизнесе; Невозможность показать умения разработки и организации

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Описание шкалы оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
	социологической информации	социологических и маркетинговых исследований.	разработки и организации социологических и маркетинговых исследований.	социологических и маркетинговых исследований.
Владеть	Навыками анализа развития общества, самостоятельно формировать гражданскую позицию; навыками сбора, обработки и анализа вторичной и первичной информации о динамики развития внешней и внутренней среды предприятия; навыками анализа конъюнктуры рынка и оценки рыночных позиций предприятия; навыками анализа	Владение навыками использования основ социологических знаний при планировании и проведении рекламных кампаний; Навыками организации и проведения маркетинговых и социологических исследований с целью применения в рекламной деятельности, связанной с авиабизнесом.	Уверенное владение навыками использования основ социологических знаний при планировании и проведении рекламных кампаний; Сформированные навыки организации и проведения маркетинговых и социологических исследований с целью их применения в рекламной деятельности.	Поверхностное владение навыками использования основ социологических знаний при планировании и проведении рекламных кампаний; Несформированные навыки организации и проведения маркетинговых и социологических исследований с ошибками, которые не позволяют решить проблемную ситуацию при планировании рекламы.

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Описание шкалы оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
	сегментации рынка и позиционирования товара на рынке; навыками разработки анкеты для опроса потребителей; навыками сбора и анализа социологической информации.			

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

Максимальное количество баллов за зачет– 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («зачет») – 15 баллов.

При наборе менее 15 баллов – зачет не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

Зачетная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на два вопроса билета и за решение задачи.

Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

– *1 балл*: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

– *2 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

– 3 *балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

– *4 балла*: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

– *5 баллов*: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– *6 баллов*: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

– *7 баллов*: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

– *8 баллов*: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

– *9 баллов*: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

– *10 баллов*: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

Решение заданий оценивается следующим образом:

- *10 баллов*: задание выполнено на 91-100 %, решение и ответ аккуратно оформлены, выводы обоснованы, дана правильная и полная интерпретация выводов, студент аргументированно обосновывает свою точку зрения, уверенно и правильно отвечает на вопросы преподавателя;

- *9 баллов*: задание выполнено на 86-90 %, решение и ответ аккуратно оформлены, выводы обоснованы, дана правильная и полная интерпретация выводов, студент аргументированно обосновывает свою точку зрения, правильно отвечает на вопросы преподавателя;

- *8 баллов*: задание выполнено на 81-85 %, ход решения правильный, незначительные погрешности в оформлении; правильная, но не полная интерпретация выводов, студент дает правильные, но не полные ответы на вопросы преподавателя, испытывает некоторые затруднения в интерпретации полученных выводов;

- *7 баллов*: задание выполнено на 74-80 %, ход решения правильный, значительные погрешности в оформлении; правильная, но не полная интерпретация выводов, студент дает правильные, но не полные ответы на вопросы преподавателя, испытывает определенные затруднения в интерпретации полученных выводов;

- *6 баллов*: задание выполнено 66-75 %, подход к решению правильный, есть ошибки, оформление с незначительными погрешностями, неполная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

- *5 баллов*: задание выполнено на 60-65 %, подход к решению правильный, есть ошибки, значительные погрешности при оформлении, не полная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

- *4 балла*: задание выполнено на 55-59 %, подход к решению правильный, есть ошибки, значительные погрешности при оформлении, не полная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

- *3 балла*: задание выполнено на 41-54 %, решение содержит грубые ошибки, неаккуратное оформление работы, неправильная интерпретация выводов, студент дает неправильные ответы на вопросы преподавателя;

- *2 балла*: задание выполнено на 20-40 %,решение содержит грубые ошибки, неаккуратное оформление работы, выводы отсутствуют; не может прокомментировать ход решения задачи, дает неправильные ответы на вопросы преподавателя;

- *1 балл*: задание выполнено менее, чем на 20 %, решение содержит грубые ошибки, студент не может прокомментировать ход решения задачи, не способен сформулировать выводы по работе.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине (модулю)

Тема 1. Социология как наука об обществе (опрос).

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Социальная структура общества.
2. Общество как групповой феномен.
3. Понятие и отличительные черты социальных групп.
4. Виды социальных групп. Определение и свойства малой группы
5. Групповая динамика. Исследование малых групп. Понятие социальной общности. Виды социальных общностей.

Примерные темы сообщений

1. Социальные группы в современном обществе.
2. Проблемы социологии в современном обществе.
3. Структура социологического знания.
4. Социальные проблемы современного российского общества.

Тема 2. История становления и развития социологии. Зарубежная мысль

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Зарождение социологии и классический этап ее развития (XIX - начало XX века).
2. Социологические взгляды К.Маркса и М.Вебера.
3. Социологические взгляды О. Конта и Э. Дюркгейма.
4. Социологические взгляды Г.Спенсера.

Примерные темы сообщений

1. Социология Э.Гидденса, теория структурации.
2. Теория коммуникативного действия Ю.Хабермаса.
3. Современные макро- и микросоциологические теории, их значение в изучении общества.
4. Социология П.Бурдье.

Тема 3. История становления и развития социологии. Отечественная мысль

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Развитие социологической мысли в России.
2. Социологические взгляды П.Л.Лаврова.
3. Социологические взгляды М.М.Ковалевского.
4. Социологические взгляды Н.К. Михайловского.

Примерные темы сообщений

1. Социологические взгляды П.Сорокина.
2. Советский период социологической мысли.
3. Российская социология (конец XX-начало XXI в).
4. Российская социология (М.К.Горшков, Ж.Т. Тощенко и др.)

Тема 4. Гражданское общество и массовая информация (опрос, круглый стол).

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Гражданской общество, его роль в современной России.
2. Сравнительный анализ гражданского общества в России и за рубежом.
3. Этапы формирования гражданского общества.
4. Роль медиатехнологий в развитии гражданского общества.

Круглый стол:

Темы основных докладов (выступлений с презентацией до 15 минут):

1. Тренды в социологии XXI века.
2. Возможности сетевого анализа в социальных исследованиях Интернета
3. Социология в поисках новых форм неравенства.
4. Нужна ли реклама социологии?

Участие в дискуссии, краткие выступления:

1.Влияние рекламы на продвижение товаров и услуг.

2. Роль гражданского общества в преодолении неравенства.

3. Коммуникативные практики: тенденции и перспективы развития.

4. Интернет-исследования, посвященные изучению рынков

5. Роль социальных сетей в развитии социологии

6. Модели социального поведения в классических и современных социологических концепциях.

Тема 5. Социологические исследования как отрасль социологической науки (опрос)

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1.Обязательные пункты программы социологического исследования.

2. Методология и методы социологического исследования.

3. Анкетирование.

Примерные темы сообщений

1. Интервью.

2. Наблюдение.

3. Контент-анализ.

Тема 6. Программа маркетингового и социологического исследования (опрос).

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Общие требования к проведению исследований
2. Этапы исследования
3. Основные понятия

Примерные темы сообщений

1. Проведение пилотажного исследования
2. Открытый и скрытый сбор информации
3. Выбор между количественным и качественным исследованием

Тема 7. Методические основы маркетинговых исследований (опрос).

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Сущность маркетинговых исследований.
2. Становление маркетинговых исследований как отрасли бизнеса.
3. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований.
4. Субъекты и объекты маркетинговых исследований.

Примерные темы сообщений

1. Специфика российских условий проведения маркетинговых исследований.
2. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования.
3. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации, их достоинства и недостатки.

Тема 8. Формы для сбора данных (опрос).

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Подготовка данных к анализу.
2. Методы анализа. Статистические инструменты анализа данных (корреляция)
3. Сведения о респонденте.

Примерные темы сообщений

1. Распределение частоты. Перекрестное составление таблиц.
2. Работа над научным отчетом.
3. Представление данных, описание графики.

Тема 8. Качественные и количественные методы проведения социологических исследований

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Интервью потребителей услуг на предприятиях в сфере воздушного транспорта.
2. Фокус-группа как качественный метод.
3. Планирование фокус-группы при проведении исследования в сфере воздушного транспорта.
4. Подготовка и проведение интервью в сфере воздушного транспорта.

Примерные темы сообщений

1. Обработка и анализ полученных данных при использовании качественных методов на предприятии в сфере воздушного транспорта.
2. Биографический метод проведения исследований.
3. Эксперимент как социологический метод исследования.
4. Социолингвистика в социологическом исследовании.
5. Графика анкеты. Типы вопросов.
6. Анализ таблиц сопряженности (графическое представление данных).

Примерный перечень вопросов к зачету для проведения промежуточного контроля по дисциплине

1. Объект, предмет и структура социологии.
2. Основные методы и функции социологии.

3. Место и роль социологии в системе общественных наук.

4. Основные этапы становления и развития социологической мысли.

5. Возникновение и развитие западноевропейской социологии (О. Конт, Э. Дюркгейм, М. Вебер, К.Маркс и др.)

6. Особенности развития социологии в России.

7. Современный этап развития социологии.

8. Общество как социокультурная система.

9. Социальные общности и группы как источник саморазвития общества.

10. Современные социологические теории общественного развития.

11. Особенности развития российского общества.

12. Программа социологического исследования

13. Социологические опросы и их роль в современном обществе.

14.Гражданское общество и общественные организации.

15. Роль медиатехнологий в развитии гражданского общества.

16. Методика, техника и процедура в социологическом исследовании.

17. Критерии выбора и типология методов сбора данных.

18. Количественные и качественные методы сбора данных в социологическом исследовании.

19. Стратегии качественного анализа. Виды качественных исследований.

20. Понятие опроса в социологической литературе.

21. Роль и значение опроса в комплексе социологических методов сбора информации.

22. Программа опроса, ее структура и функции. Этапы и процедура опроса.

23.Анкетирование, его разновидности, особенности, достоинства и недостатки.

24. Социологическая анкета, ее логическая и организационная структура.

25. Принципы и правила проектирования социологической анкеты.

26. Виды вопросов анкеты, ее композиция и оформление.

27. Методика и техника проведения анкетирования.

28. Проблемы достоверности информации. Подготовка анкетеров. Организация проведения анкетирования.

29. Особенности интервью как метода сбора социальной и маркетинговой информации.

30. Этапы подготовки и проведения интервью. Типы интервью.

31. Общие концепции планирования маркетинга.

32. Структура плана маркетинга. Последовательность разработки плана маркетинга.

33. Виды стратегий маркетинговой деятельности.

34. Организационные структуры управления маркетингом, их виды.

35. Сущность маркетинговых исследований.

36. Становление маркетинговых исследований как отрасли бизнеса.

37. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Субъекты и объекты маркетинговых исследований.

38. Специфика российских условий проведения маркетинговых исследований.

39. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования.

40. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации, их достоинства и недостатки.

Типовые практические задания для проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине «Социология»

1. Охарактеризуйте основные тренды в социологии XXI века. Выделите специфику данных трендов. Приведите интернет-исследования, посвященные изучению рекламы на воздушном транспорте.

2. Раскройте понятие «Социология рекламы». Каково влияние рекламы на общество в России и за рубежом. Оцените возможности развития качественной рекламы и пиара в России.

3. Охарактеризуйте значение коммуникативных практик в сфере рекламы на воздушном транспорте. Какова роль социальных сетей в развитии рекламы на воздушном транспорте.

4. Подготовьте анкету для опроса потребителей в сфере воздушного транспорта. Оцените удовлетворенность потребителей с использованием маркетингового инструментария.

5. Приведите пример метода кейс-стади в области рекламы и пиара на воздушном транспорте.

6. Используйте контент-анализ при исследовании рекламы на воздушном транспорте.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятия. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях социально-экономического развития.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических

занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

– ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;

– краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;

– краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;

– определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрикацию материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

– кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;

– проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

–самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

–подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

–подготовку докладов

- подготовку к письменной аудиторной работе

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной

аттестация по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 2 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию и решении задания.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 2 «Социально-экономических дисциплин и сервиса» «13» января 2016 года, протокол № 6 .

Разработчики:

к.с.н,доцент Бирюкова А.В.

(*ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы*)

Заведующий кафедрой № 2 "Социально – экономических дисциплин и сервиса":

д.э.н., доцент Кошелева Т.Н.

(*ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой*)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент Майор М. Н.

(*ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП*)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «20» января 2016 года, протокол № 3.

С изменениями и дополнениями от «30» августа 2017 года, протокол №10 (в соответствии с Приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»).