

Документ подписан простой электронной подписью.

Информация о владельце:

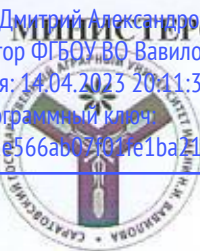
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович

Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет

Дата подписания: 14.04.2023 20:11:37

Уникальный программный ключ:

528682d78e671e566ab0364e1ba2172f735a12



**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова»**


**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой социально-правовые и гуманитарно-педагогические науки

  
Дудникова Е. Б./  
«12» апреля 2021 г.

**УТВЕРЖДАЮ**


Декан факультета экономики и менеджмента

  
Дудникова Е.Б./  
«12» апреля 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина	<b>СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МАРКЕТИНГЕ</b>
Направление подготовки	<b>38.03.06 Торговое дело</b>
Направленность (профиль)	<b>Маркетинг и рыночная аналитика в АПК</b>
Квалификация выпускника	<b>Бакалавр</b>
Нормативный срок обучения	<b>4 года</b>
Форма обучения	<b>Очно-заочная</b>

Разработчик: *доцент, Булгаков С.В.*

  
(подпись)

**Саратов 2021**

## **1. Цель освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Социологические исследования в маркетинге» является формирование у студентов навыков проведения социологических исследований и использования их результатов в бизнес-процессах.

Образовательным результатом освоения дисциплины является приращение знания о сложной специфике современных социальных взаимодействий, необходимого для личностного развития и решения профессиональных вопросов.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки **38.03.06 Торговое дело** и теплотехника дисциплина «Социологические исследования в маркетинге» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: Социология, Маркетинг, Статистика; Математическое моделирование и математический анализ; Психология.

Дисциплина «Социологические исследования в маркетинге» является базовой для изучения дисциплин, практик: «Стратегический маркетинг в АПК», «Поведение потребителей».

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО**

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенции (-ий), представленных в табл. 1

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6	7
1	ПК-2	способен к проведению маркетингового исследования с целью выявления удовлетворения потребностей покупателей с использованием инструментов комплекса маркетинга, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	ПК -2.1 Выявляет удовлетворение потребностей покупателей товаров, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций	специфику применения результатов социологических исследований в экономических процессах; определять и прогнозировать рыночную конъюнктуру на основе объективных социологических показателей.	анализировать фактологическую, количественную информацию, а также изучать и прогнозировать потребительский спрос.	навыками системного анализа эмпирической информации для верификации теоретических положений; практикой составления научно обоснованных предположений относительно развития товарного рынка.

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов.

Таблица 2

Объем дисциплины

	Всего	Количество часов							
		в т.ч. по семестрам							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа – всего, в т.ч.	48,1				48,1				
<i>аудиторная работа:</i>	48				48				
лекции	16				16				
лабораторные	-				-				
практические	32				32				
<i>промежуточная аттестация</i>	0,1				0,1				
<i>контроль</i>	-				-				
Самостоятельная работа	95,9				95,9				
Форма итогового контроля	Зчт				Зчт				
Курсовой проект (работа)	-				-				

Таблица 3

Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Тема занятия. Содержание	Неделя семестра	Контактная работа			Самостоятельная работа	Контроль Знаний	
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Количество часов	Вид
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4 семестр								
1.	<b>Роль социологических исследований в социально-экономических процессах.</b> Понятие социологического исследования. История формирования социологического инструментария. Прикладная социология и маркетинговые исследования: взаимосвязи и различия. Применение социологических методов в экономике.	1	Л	Т	2	6	ТК	УО
2.	Категория «социальный факт» как предмет	2	ПЗ	Т		4	Вх.	Т

	изучения эмпирической социологии. Функции социологических исследований. Особенности практической социологии в современной России. Центры маркетинговых исследований в России.				4		К.	
3.	<b>Основы проведения социологического исследования.</b> Профессиональная этика (кодекс) социолога. Социологический обзор основных рыночных показателей. Особенности проведения социологического мониторинга.	3	Л	П	2	6	ТК	УО
4.	Структура прикладного исследования. Эмпирические индикаторы. Категории анализа, единицы анализа и единицы счета. Основные виды гипотез. Проблема доверия к социологическим данным.	4	ПЗ	Т	4	4	ТК	УО
5.	<b>Организация и структура проведения прикладного социологического/маркетингового исследования</b> Специфика и практические возможности применения результатов социальных исследований. Основные этапы (ЦИКЛ) проведения исследования. Программа социологического исследования.	5	Л	Т	2	6	ТК	УО
6.	Структура прикладного исследования. Сущностная классификация социологических исследований. Исходные теоретические понятия. Обобщение результатов исследования и их адаптация в экономической среде.	6	ПЗ	Т	4	4	ТК	УО
7.	<b>Методология и методика проведения социологического исследования.</b> Прикладное социологическое исследование: общая характеристика количественных и качественных методов сбора эмпирических данных. Анализ документов (контент-анализ), наблюдение, интервью, анкетирование, эксперимент: содержание и специфика проведения.	7	Л	Т	2	6	ТК	УО
8.	Методы сбора социологической информации. Анкетирование – визитная карточка социологии. Структура анкеты. Виды и функции вопросов в анкете. Ошибки при составлении вопросов. Выборка и ее репрезентативность, валидность и верификация данных. Современные российские социологические центры и направления их работы. Социальная инженерия: новые техники сбора информации.	8	ПЗ	Т	4	4	ТК	УО
9.	<b>Программа социологического исследования: Теоретико-методологическая часть программы.</b> Специфика составления методологической части программы социологического исследования.	9	Л	Т	2	6	ТК	УО
10.	Критерии социального исследования. Формулирование проблемы исследования. Постановка целей и задач исследования. Объект и предмет исследования. Теоретическая интерпретация понятий, операционализация понятий. Проработка гипотез. Социологические индикаторы. Категории анализа, единицы анализа и единицы счета. Основные виды гипотез.	10	ПЗ	Т	4	4	ТК	УО
11.	<b>Программа социологического исследования: Процедурно-методический раздел программы.</b> Стратегический план. Выборочная совокупность и ее виды. Репрезентативность выборки, ошибка выборки. Методы обработки данных. Дисперсионный, кластерный, факторный виды статистического анализа. Валидность методов	11	Л	Т	2	6	ТК	УО

	сбора информации и верификация полученных данных. Формулирование выводов и рекомендаций.							
12.	Практика квотного распределения. Анализ частотного и процентного распределения переменных. Интерпретация полученных результатов. Проблемы проведения исследования: верификация данных, природа противоречивых ответов, рассогласование шкал. Подготовка отчета о результатах исследования. Графическое оформление полученных результатов. распределения. Презентация результатов проведенного исследования.	12	ПЗ	Т	4	4	ТК	ПО
13.	<b>Количественные методы социологической информации.</b> Анкетирование – визитная карточка социологии. Формы и классификация вопросов. Структура опросного листа (анкеты). Правила и ошибки при формулировании вопросов. Контент-анализ. Письменный и устный опросы: достоинства и недостатки. Социальный эксперимент: содержание и специфика проведения. Виды социального эксперимента. Специфика экспериментальных и контрольных групп. Особенности телефонного опроса. Специфика социального наблюдения. Измерение и анализ эмпирических данных в социологии. Измерение социальных характеристик. Основные типы шкал и их конструирование. Обработка первичной информации. Методы, используемые при анализе эмпирических данных.	13	Л	Т	2	4	ТК	УО
14.	Значение теории вероятностей и математической статистики в количественном исследовании. Особенности измерения. Шкалы и их виды. Группировка показателей. Доверительный интервал и уровень достоверности. Учет ярко выраженных признаков и выбор единицы исследования.	14	ПЗ	МК	2	4	ТК	УО
15.	Измерение и шкалирование социологических данных. Номинальная, порядковая и метрическая шкалы. Одномерные и многомерные метода шкалирования. Шкалы Терстоуна и Гуттмана. Надежность измерения. «Жесткий» анализ вторичных данных.	16	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
16.	<b>Качественные методы социологической информации.</b> Социологическое наблюдение и его виды. Проблемы наблюдения. Особенности исследования методом фокус-группы. Глубинное и экспертное интервью: область специфика и область применения. Анализ протокола. специфика методики БОУ – быстрая оценка участниками проблем микросоциума. Сопоставление возможностей методов БОУ и анкетирования. Предназначение основных операций и инструментов БОУ. «Проблемное колесо». Интеграция экспертных оценок.	17	Л	Т	2	4	ТК	УО
17.	Анализ профессионального диалога «интервьюер – респондент». Роль модератора в процессе получения социально-экономической информации. Современные практики качественных методик сбора информации – mystery shopper, hall-tests и др.	18	ПЗ	Т	2	4	ТК	ПО
18.	Особенности и правила ведения стенограммы интервью. Практика «мозгового штурма» при оценке социальных процессов. Контроллинг.	20	ПЗ	Т	2	5,9	ТР	ПО, УО

	Масштаб реализации качественных методов сбора первичной социологической информации.							
	Выходной контроль	20			0,1	95,9	Вы х К. 3	3
Итого:					48,1	95,9		

**Примечание:**

Условные обозначения:

**Виды аудиторной работы:** Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

**Формы проведения занятий:** П-проблемная лекция, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме.

**Виды контроля:** ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ВыхК – выходной контроль.

**Форма контроля:** УО – устный опрос, ПО – письменный опрос, ТР – творческая работа, Т – тестирование, Д – доклад, З - зачет.

## 5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Социологические исследования в маркетинге» проводится по видам учебной работы: лекции, семинарские занятия, текущий контроль.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки **38.03.06 Торговое дело** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются. Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта (контролируется).

Целью практических занятий является выработка практических навыков работы с эмпирическим материалом (данные социологических опросов, статистики), отражающим актуальные социально-экономические процессы в стране и в мире; овладение методикой проведения элементарных социологических исследований.

Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы – доклады, дискуссия и т.п., так и интерактивные методы – круглый стол, метод кейсов и т.д.

Подготовка докладов позволяет расширить теоретическую и методологическую базу обучающегося для грамотной интерпретации им фактической информации относительно развития современных социально-экономических событий, процессов, тенденций, проблем.

Метод кейса в наибольшей степени соответствует задачам высшего образования. Он более чем другие методы, способствует развитию у

обучающихся изобретательности, умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации.

Групповая работа при анализе конкретной ситуации развивает способности проведения анализа и диагностики проблем. С помощью метода кейса у обучающихся развиваются такие квалификационные качества, как умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение коммуницировать, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, поступающую в вербальной форме. Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных необходимыми наглядными материалами.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих решение задач, анализ конкретных ситуаций и подготовку их презентаций, и т.п.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном и групповом формате. Самостоятельная работа выполняется обучающимися на основе учебно-методических материалов дисциплины (приложение 2). Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в вопросы к зачету.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература (библиотека СГАУ)**

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п. 4, таб. 3)
1	2	3	4	5
1	Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров <a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=450818">http://znanium.com/bookread2.php?book=450818</a>	Г. И. Климентова	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017	1-8
2	Социологическое исследование. Учебное пособие для бакалавриата <a href="https://znanium.com/read?id=344481">https://znanium.com/read?id=344481</a>	Яковлева Н.Ф.	Москва: Изд-во Флинта, 2019	1-8
3	Социологические исследования в экономике и управлении: учебное пособие <a href="https://znanium.com/read?id=353593">https://znanium.com/read?id=353593</a>	Зотов В.В., Куркина М.П.	Москва: Дашков и Ко, 2020	1-8
4	Маркетинговые исследования с SPSS <a href="https://znanium.com/read?id=371391">https://znanium.com/read?id=371391</a>	Моосмюллер Г., Ребик Н.Н.	Москва: Инфра-М, 2021	1-8



## б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п. 4, таб. 3)
1	2	3	4	5
1.	Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты <a href="https://znanium.com/read?id=345583">https://znanium.com/read?id=345583</a>	Готлиб А.С.	Москва: Изд-во Флинта, 2019	1- 8
2.	Методы социологического исследования <a href="https://znanium.com/read?id=361684">https://znanium.com/read?id=361684</a>	Добреньков В.И., Кравченко А.И.	Москва: Инфра-М, 2021	1-8
3.	Современные методы социологических исследований: Практикум <a href="https://www.iprbookshop.ru/92747.htm">https://www.iprbookshop.ru/92747.htm</a>	Истомина А.П.	Ставрополь: Изд-во:Северо-Кавказский федеральный университет, 2018	1-8
4.	Социология: теория, методология, практика. Учебник для бакалавриата <a href="https://znanium.com/read?id=314557">https://znanium.com/read?id=314557</a>	Чигрин В.А. и др.	Москва: Инфра-М, 2018	1-8
5.	Социология управления [Электронный ресурс]: Учебное пособие <a href="http://www.iprbookshop.ru/8235">http://www.iprbookshop.ru/8235</a>	Белозор Ф.И.	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019	1-8
6.	Социология массовой коммуникации <a href="https://znanium.com/read?id=372525">https://znanium.com/read?id=372525</a>	Гостенина В.И., Киселев А.Г.	Москва: Альфа-М, 2018	1-8

## в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Электронно-библиотечная система издательства «Лань»
2. Электронно-библиотечная система Znanium.com
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks
4. Электронно-библиотечная система ibooks.ru («Айбукс»)
5. Национальный цифровой ресурс РУКОНТ
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
7. Сайт СГАУ Sgau.ru

## г) периодические издания

1. Академическое издание ВШЭ «Экономическая социология»: <https://ecsoc.hse.ru/about.html>

2. Ежегодный сборник результатов социологических исследований Левада-центр «Общественное мнение»: <http://www.levada.ru/sbornikobshhestvennoemnenie/>
3. Журнал «ВЕСТНИК ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ. Данные. Анализ. Дискуссии»: <http://www.levada.ru/zhurnal/>
4. Журнал исследований социальной политики: <https://cyberleninka.ru/journal/n/zhurnalissledovaniy-sotsialnoypolitiki>
5. Журнал социологии и социальной антропологии: <http://www.jourssa.ru/>
6. Журнал «Социологическая наука и социальная практика»: <http://jour.isras.ru/index.php/snsp>
7. Журнал «Социологические исследования» («Социс»): <http://socis.isras.ru/>
8. Журнал «Социологический журнал»: <http://jour.isras.ru/index.php/socjour>
9. Журнал «Социологическое обозрение»: <https://sociologica.hse.ru/>
10. Журнал социологических и маркетинговых исследований «Телескоп»: <http://www.teleskopjournal.spb.ru/?cat=20>
11. Научное ежегодное периодическое издание «Петербургская социология сегодня»: <http://www.pitersociology.ru/issue2015>
12. Научный журнал "Социология: методология, методы и математическое моделирование" (Социология: 4М): <http://www.isras.ru/4M.html>

#### **д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

Для пользования стандартами и нормативными документами рекомендуется применять информационные справочные системы и профессиональные базы данных, доступ к которым организован библиотекой университета через локальную вычислительную сеть.

Для пользования электронными изданиями рекомендуется использовать следующие информационные справочные системы и профессиональные базы данных:

1. Банк социологических данных: <http://www.isras.ru/Databank.html>.

Архив содержит результаты более чем 700 социологических исследований, проведенных в Институте социологии РАН и другими социологическими Центрами страны.

2. Банк социологических данных ВЦИОМ-Всероссийский центр изучения общественного мнения: <http://wciom.ru/> Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) является старейшим российским исследовательским институтом в сфере социальных, политических и маркетинговых опросов и работает вот уже 30 лет начиная с 1987 г. Деятельность компании направлена на получение, анализ и распространение достоверной информации о состоянии и динамике социального развития, общественного мнения, массового сознания и поведения, характерных для различных социальных групп населения и территориальных общностей.

3. Банк данных Аналитического Центра Юрия Левады: <http://www.levada.ru>  
Автономная некоммерческая организация Аналитический Центр Юрия Левады (АНО Левада-Центр) – российская негосударственная исследовательская организация. Центр регулярно проводит собственные и заказные социологические и маркетинговые исследования, применяя различные опросные методики. Левада-Центр является одной из крупнейших исследовательских компаний в стране.

4. Единый архив экономических и социологических данных (ЕАЭсД): <http://sophist.hse.ru/> ЕАСД начал свою историю в сентябре 2000 года. Инициатором его создания выступил ВЦИОМ под руководством Юрия Александровича Левады, самую действенную поддержку развитию проекта оказала Татьяна Ивановна Заславская. К проекту присоединились ведущие исследовательские организации, ставшие первыми депозиторами архива: Институт социологии Российской академии наук, Фонд «Общественное мнение», Институт комплексных социологических исследований, РОМИР под руководством Елены Башкировой, Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения РАН, безвозмездно передавшие в ЕАСД свои исследования.

5. Санкт-Петербургская ассоциация социологов: <http://www.sociologists.spb.ru/> Санкт-Петербургская ассоциация социологов создана для развития социологической науки, совершенствования профессиональной деятельности социологов и их научно-профессионального общения. Ассоциация представляет социологическую общественность на городском, общероссийском и мировом уровнях. Основной задачей Ассоциации является организация коммуникаций между социологами города, региона, страны и мира, создание среды для профессионального общения между социологами и представителями других дисциплин.

6. Социологический институт Российской академии наук: <http://socinst.ru> Социологический институт РАН – филиал Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук

7. Соционет: научная информационная система: <https://socionet.ru>

Научное информационное пространство

8. Федеральный образовательный портал «ЭСМ»: <http://ecsocman.hse.ru/>  
образовательный портал, посвященный всем сторонам экономики, социологии и менеджмента. Данный проект может быть интересен студентам учебных заведений, обучающимся по данным специальностям.

9. Центр независимых социологических исследований (ЦНСИ): <http://cisr.ru> Центр независимых социологических исследований (ЦНСИ) – негосударственный исследовательский институт, существует с 1991 года (в 1996 году получил статус автономной некоммерческой организации) и обладает развитой инфраструктурой и ресурсами, позволяющими успешно работать в трех основных направлениях: проведение социологических исследований; профессиональная подготовка молодых социологов; формирование сетей сотрудничества в сфере социальных наук.

10. Научная библиотека университета БИК СГАУ <http://read.sgau.ru/biblioteka> Базы данных содержат сведения обо всех видах литературы, поступающей в фонд библиотеки. Более 1400 полнотекстовых документов (учебники, учебные пособия и т.п.). Доступ – с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

11. Электронная библиотечная система «Лань» <http://e.lanbook.com>.

Электронная библиотека издательства «Лань» – ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань», так и коллекции полнотекстовых файлов других российских издательств. После регистрации с компьютера университета – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

12. «Университетская библиотека ONLINE» <http://www.biblioclub.ru>.

Электронно-библиотечная система, обеспечивающая доступ к книгам, конспектам лекций, энциклопедиям и словарям, учебникам по различным областям научных знаний, материалам по экспресс-подготовке к экзаменам. После регистрации с компьютера университета – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

13. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <http://elibrary.ru>.

Российский информационный портал в области науки, медицины, технологии и образования. На платформе аккумулируются полные тексты и рефераты научных статей и публикаций. Доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет. Свободная регистрация.

14. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>.

Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт». Учебники и учебные пособия от ведущих научных школ. Тематика: «Бизнес. Экономика», «Гуманитарные и общественные науки», «Естественные науки», «Информатика», «Прикладные науки. Техника», «Языкознание. Иностранные языки». Доступ - после регистрации с компьютера университета с любого компьютера, подключенного к Internet.

15. Поисковые интернет-системы Яндекс, Rambler, Google и др.

#### **е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:**

К информационным технологиям, используемым при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, относятся:

- персональные компьютеры, посредством которых осуществляется доступ к информационным ресурсам и оформляются результаты самостоятельной работы;
- проекторы и экраны для демонстрации слайдов мультимедийных лекций;
- активное использование средств коммуникаций (электронная почта, тематические сообщества в социальных сетях и т.п.).

• программное обеспечение:

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование программы	Тип программы
-------	---	------------------------	---------------

	(модуля)		
1	Все темы дисциплины	1) Право на использование Microsoft Desktop Education All Lng Lic/SA Pack OLV E IY Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов. Контракт №0024 на передачу исключительных (пользовательских) прав на программное обеспечение от 11.12.2018 г.	Вспомогательное программное обеспечение
2	Все темы дисциплины	ESET NOD 32 Право на использование программного продукта ESET NOD 32 Antivirus Business Edition renewal for 2041 user (продление 2041 лицензий на срок 12 месяцев). Лицензиат – ООО «Компьютерный супермаркет», г. Саратов. Контракт №0025 на приобретение прав на пользование средств антивирусной защиты от 11.12.2018 г.	Вспомогательное программное обеспечение

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации необходимы аудитории с меловыми или маркерными досками, достаточным количеством посадочных мест и освещенностью. Для использования медиаресурсов необходимы проектор, экран, компьютер или ноутбук, по возможности – частичное затемнение дневного света.

Для проведения лекционных, практических занятий и контроля самостоятельной работы по дисциплине «Социологические исследования в маркетинге» кафедры «Социально-правовые и гуманитарно-педагогические науки» имеются аудитории № 515, 522, 524.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки УК №1) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

## 8. Оценочные материалы

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по

дисциплине «Социологические исследования в маркетинге» разработаны на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (с изменениями и дополнениями);

Оценочные материалы представлены в приложении 1 к рабочей программе дисциплины и включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

## **9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы представлено в приложении 2 к рабочей программе по дисциплине «Социологические исследования в маркетинге».

## **10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Социологические исследования в маркетинге»**

Методические указания по изучению дисциплины «Социологические исследования в маркетинге» включают в себя:

1. Краткий курс лекций Краткий курс лекций оформляется в соответствии с приложением 3.

*Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры «Социально-правовые и гуманитарно-педагогические науки» «12» мая 2021 года (протокол № 12).*



**Лист изменений и дополнений,  
вносимых в рабочую программу дисциплины  
«Социологические исследования в маркетинге»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины  
«Социологические исследования в маркетинге» на 2021/2022 учебный год:

**Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения**

Наименование программы	Примечание
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истек</p>
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-133/2021/223-1205 от 09.11.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>
<p>Microsoft Office</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истекает 31.12.2021 г.</p>
<p>Microsoft Office</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № АЭ-030 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем от 15.12.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Социологические исследования в маркетинге» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Социально-гуманитарные науки» «23» декабря 2021 года (протокол № 7).

Заведующий кафедрой

  
(подпись)

Е.Б. Дудникова



**Лист изменений и дополнений,  
вносимых в рабочую программу дисциплины  
«Социология»**

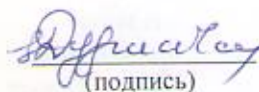
Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины  
«Социология» на 2021/2022 учебный год:

**Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения**

Наименование программы	Примечание
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истек</p>
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-133/2021/223-1205 от 09.11.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>
<p>Microsoft Office</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истекает 31.12.2021 г.</p>
<p>Microsoft Office</p> <p><b>Реквизиты подтверждающего документа:</b> Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № АЭ-030 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем от 15.12.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Социология» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Социология» «15» декабря 2021 года (протокол № 10).

Заведующий кафедрой

  
(подпись)

Е.Б. Дудникова

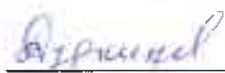
**Лист изменений и дополнений,  
вносимых в рабочую программу дисциплины  
«Социологические исследования в маркетинге»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Социологические исследования в маркетинге» на 2022/2023 учебный год:

1. В связи с переименованием университета рабочую программу дисциплины «Социологические исследования в маркетинге», разработанную и утвержденную в федеральном государственном образовательном учреждении высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова (ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ) считать рабочей программой дисциплины федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова» (ФГБОУ ВО Вавиловский университет) на основании решения Ученого совета университета от 30.08.2022 протокол №1.

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Социологические исследования в маркетинге» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Социально-гуманитарные науки» «31» августа 2022 года (протокол № 1).

Заведующий кафедрой

  
(подпись)

Е.Б. Дудникова