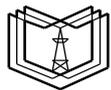


АКТУАЛИЗИРОВАНО
с изменениями
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол №7 от 19.03.2024



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института цифровых

технологий и экономики

Наименование института

_____ Э.И. Беляев

«30» мая _____ 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.01.02.05 Теория измерений в социологии и маркетинге

Направление подготовки _____ 39.03.01 Социология _____

Направленность(и) _____ Экономическая социология и маркетинг _____
(профиль(и))

Квалификация _____ Бакалавр _____

г. Казань, 2023

Программу разработал(и):

Наименование кафедры	Должность, уч.степень, уч.звание	ФИО разработчика
СПП	доцент, кандидат социологических наук, доцент	Хизбуллина Р.Р.
СПП	доцент, кандидат социологических наук, доцент	Нуруллина Э.Р.

Согласование	Наименование подразделения	Дата	№ протокола	Подпись
Одобрена	СПП	17.05.2023	№5	_____ Зав.каф., д.п.н., проф. Мухарямов Н. М..
Согласована	СПП	17.05.2023	№5	_____ Зав.каф., д.п.н., проф. Мухарямов Н.М.
Согласована	Учебно-методический совет ИЦТЭ	30.05.2023	№7	_____ Директор, к.т.н., доц. Беляев Э.И.
Одобрена	Ученый совет ИЦТЭ	30.05.2023	№9	_____ Директор, к.т.н., доц. Беляев Э.И.

Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Теория измерений в социологии и маркетинге» является знакомство обучающихся с видами измерений в социологии и маркетинге и возможностью их использования в ходе будущей профессиональной деятельности.

Задачами дисциплины являются:

- приобретение знаний в области выполнения процедур по составлению измерительных шкал в процессе подготовки и использования инструментария социологического и маркетингового исследования;

- приобретение навыков применения процедур для проверки надежности измерительных шкал.

Компетенции и индикаторы, формируемые у обучающихся:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора
ПК-1 Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения	ПК-1.1 Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии
ПК-3 Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование	ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования
ПК-4 Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности	ПК-4.2 Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность

2. Место дисциплины в структуре ОП

Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.:

Социально-экономическое прогнозирование и проектирование,

Интернет-маркетинг и маркетинг в социальных сетях, Подготовка и проведение социологического и маркетингового исследования, Производственная практика (по получению профессиональных умений и навыков), Производственная практика (проектно-технологическая)

Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.:

Анализ рынков в социологических и маркетинговых исследованиях, Организация социологических и маркетинговых служб, Социологическое сопровождение маркетинговых кампаний, Методы прикладной статистики для социологов и маркетингологов, Производственная практика (преддипломная), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр	
			7	
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108	
КОНТАКТНАЯ РАБОТА	-	52	52	
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	1,27	46	46	
Лекции	0,44	16	16	
Практические (семинарские) занятия	0,83	30	30	
Лабораторные работы	-	-	-	
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	1,72	62	62	
Проработка учебного материала	1,72	62	62	
Курсовой проект	-	-	-	
Курсовая работа	-	-	-	
Подготовка к промежуточной аттестации	-	0	0	
Промежуточная аттестация:			3	

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр	
			9	10
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	10	360	33	327
КОНТАКТНАЯ РАБОТА	-	102	32	70
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	1,34	48	24	24
Лекции	0,67	24	18	6
Практические (семинарские) занятия	0,67	24	8	16
Лабораторные работы	-	-	-	-
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	8,67	312	45	267
Проработка учебного материала	7,42	267	45	222
Курсовой проект	-	-	-	-
Курсовая работа	1	36	-	36
Подготовка к промежуточной аттестации	0,25	9	0	9
Промежуточная аттестация:			3	Э
			-	КР

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Всего часов	Распределение трудоемкости по видам учебной работы	Формы и вид	Индексы индикаторов формируемых

		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.	контроля	компетенций
Раздел 1. «Общие принципы измерения в социологии и маркетинге».	34	4	-	10	20	ТК1	ПК-1.1 З1
Раздел 2. «Особенности и принципы построения шкал»	38	6	-	10	22	ТК2	ПК-3.1 З1, ПК-4.2 З1, ПК-1.1 У1, УК-3.1 У1, ПК-4.2 У1.
Раздел 3. «Надежность и устойчивость измерения в социологии и маркетинге».	36	6	-	10	20	ТК3	ПК-1.1 В1, ПК-3.1 В1, ПК-4.2 В1.
Зачет	-				-	ОМ	ПК-1.1 З1, ПК-3.1 З1, ПК-4.2 З1, ПК-1.1 У1, УК-3.1 У1, ПК-4.2 У1, ПК-1.1 В1, ПК-3.1 В1, ПК-4.2 В1.
Итого за 4 семестр	108	16	-	30	62		
ИТОГО	108	16	-	30	62		

3.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. «Общие принципы измерения в социологии и маркетинге».

Тема 1.1. Понятие «измерения» в социологии и маркетинге.

Тема 1.2. Общий подход к шкалированию.

Тема 1.3. Формализация научного исследования в процессе организации сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.

Раздел 2. «Особенности и принципы построения шкал».

Тема 2.1. Общий подход к шкалированию. Шкалы. Установочные и оценочные шкалы.

Тема 2.2. Методы одномерного шкалирования.

Тема 2.3. Шкала Луи Тёрстоуна.

Тема 2.4. Метод парных сравнений.

Тема 2.5. Роль индексов в измерении.

Тема 2.6. Шкала Р. Лайкерта.

Тема 2.7. Общая характеристика шкалы Гутмана.

Тема 2.8. Метод семантического дифференциала.

Тема 2.9. Многомерное шкалирование.

Раздел 3. «Надежность и устойчивость измерения в социологии и маркетинге».

Тема 3.1. Надежность и критерии устойчивости измерения в социологии и маркетинге.

Тема 3.2. Устойчивость шкалы.

Тема 3.3. Обоснованность, валидность, достоверность, ошибка измерения, единичная ошибка.

Тема 3.4. Проблема адекватности методов формализма измерения в социологии и маркетинге.

3.4. Тематический план практических занятий

1. Понятие «измерения» в социологии и маркетинге.
2. Общий подход к шкалированию.
3. Формализация научного исследования в процессе организации сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
4. Общий подход к шкалированию. Шкалы. Установочные и оценочные шкалы.
5. Методы одномерного шкалирования.
6. Шкала Луи Тёрстоуна.
7. Метод парных сравнений.
- 8 Роль индексов в измерении.
9. Шкала Р. Лайкерта.
10. Общая характеристика шкалы Гутмана.
11. Метод семантического дифференциала.
12. Многомерное шкалирование.
13. Надежность и критерии устойчивости измерения в социологии и маркетинге.
14. Устойчивость шкалы.
15. Обоснованность, валидность, достоверность, ошибка измерения, единичная ошибка.
16. Проблема адекватности методов формализма измерения в социологии и маркетинге.

3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

3.6. Курсовой проект /курсовая работа

1. Эмпирическая основа для изучения социальных явлений.
2. Понятие признака и проблемы его измерения.
3. Понятия латентной и наблюдаемой переменной.
4. «Мягкие» и «жесткие» методы сбора данных: достоинства и недостатки.
5. Шкалирование как попытка совместить положительные стороны «мягкого» и «жесткого» подходов.
6. Основные цели методов одномерного шкалирования
7. Модель восприятия респондентом предлагаемых ему объектов (суждений).

8. Измерение установки с помощью шкалы Терстоуна.
9. Геометрическая модель, «заложенная» в методе Терстоуна для измерения установки.
10. «Цена» полученной интервальной шкалы при измерении установки с помощью шкалы Терстоуна.
11. Метод парных сравнений.
12. VTL-модели парных сравнений (краткая характеристика).
13. Проблема построения индексов в социологии.
14. Модель восприятия (привести примеры методов шкалирования, опирающихся на данный подход).
15. Измерение установки методом Лайкерта.
16. Шкалограммный анализ Гуттмана.
17. Методика семантического дифференциала.
18. Типология шкал Кумбса по процедурам опроса и моделям восприятия.
19. Многомерное шкалирование: основная задача, модель, заложенная в основном алгоритме.
20. Проблема надежности социологического измерения.

4. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено		не зачтено	
ПК-1	ПК-1.1	<p>знать:</p> <p>технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в</p>	<p>Уровень знаний основ технологии и сбора социологической информации применительно к</p>	<p>Уровень знаний основ технологии и сбора социологической информации применительно к</p>	<p>Минимально допустимый уровень знаний основ технологии и сбора социологической информации</p>	<p>Уровень знаний основ технологии и сбора социологической информации</p>

	социологии и маркетинге (31).	условиям исследования особенностей выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	условиям исследования особенностей выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге, имеет место несколько негрубых ошибок	и применительно условиям исследования особенностей выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге, имеет место много негрубых ошибок	особенностям выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге, имеют место грубые ошибки
	объяснить технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге (У1)	Продемонстрированы все основные умения объяснить технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в	Продемонстрированы все основные умения объяснить технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в	Продемонстрированы основные умения объяснить технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснить технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической

			<i>социологи и и маркетинге, решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме.</i>	<i>социологи и и маркетинге, решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме с отдельными несущественными недочетами.</i>	<i>социологи и и маркетинге, решены типовые задачи с негрубыми и ошибками, выполненны задания, но не в полном объеме.</i>	<i>еской стратегии измерения в социологии и маркетинге, нерешены типовые задачи, невыполнены задания.</i>
		владеть:				
	навыками применения технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения (В1)	<i>Продемонстрированы навыки применения технологий сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в социологии и и маркетинге в процессе</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки применения технологий сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в социологии и и маркетинге в</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков применения технологий сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в социологии и и</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения технологий сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в</i>	

			<p>организации сбора данных при опросе общественного мнения технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.</p>	<p>процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.</p>	<p>маркетинге в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.</p>	<p>я в социологии и маркетинге в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; имеют место грубые ошибки.</p>
--	--	--	---	--	--	--

				<p><i>методической стратегии и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.</i></p>		
ПК-3	ПК-3.1	<p>знать:</p>				
		основы	Уровень	Уровень	Минималь	Уровень

		<p>измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования (31)</p>	<p><i>знаний основ измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования, без ошибок.</i></p>	<p><i>знаний основ измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования; имеет место несколько негрубых ошибок.</i></p>	<p><i>но допустимый уровень знаний основ измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования; имеет место много негрубых ошибок.</i></p>	<p><i>знаний основ измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования; имеют место грубые ошибки.</i></p>
<p>уметь:</p>						
	<p>разрабатывать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения (У1)</p>	<p><i>Продемонстрированы все основные умения разработать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения,</i></p>	<p><i>Продемонстрированы все основные умения разработать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения,</i></p>	<p><i>Продемонстрированы основные умения разработать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения,</i></p>	<p><i>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения разработать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе</i></p>	

			<i>решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме.</i>	<i>все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме с отдельными несущественными недочетами.</i>	<i>решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены задания, но не в полном объеме.</i>	<i>выбранной процедуры измерения, нерешены типовые задачи, не выполнены задания.</i>
		владеть:				
	способами разработки программы, инструментария проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга (В1)		<i>Продемонстрированы навыки применения способов инструментария проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки применения способов инструментария проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков применения способов инструментария проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения способов инструментария проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга;</i>

				ми.	ми.	имеют место грубые ошибки.
ПК-4	ПК-4.2	знать:				
		<p>алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности (31)</p>	<p>Уровень знаний алгоритма описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности, без ошибок.</p>	<p>Уровень знаний алгоритма описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности; имеет место несколько негрубых ошибок.</p>	<p>Минимально допустимый уровень знаний алгоритма описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности; имеет место много негрубых ошибок.</p>	<p>Уровень знаний алгоритма описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследов</p>

						ания в процессе разработки аналитической отчетности имеют место грубые ошибки.
		уметь:				
		объяснить алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности (У1)	<i>Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности, решены все основные задачи, выполнен</i>	<i>Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности, решены все основные задачи, выполнен</i>	<i>Продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности, решены типовые задачи с негрубым</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм описания результатов статистического и маркетингового анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической</i>

			<i>ы все задания в полном объеме.</i>	<i>ы все задания в полном объеме с отдельными несущественными недочетами.</i>	<i>и ошибками, выполнены задания, но не в полном объеме.</i>	<i>отчетности объяснить алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности, нерешены типовые задачи, не выполнены задания.</i>
		владеть:				
		<i>навыками описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования</i>	<i>Продемонстрированы навыки описания результатов статистического анализа</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки описания результатов статистического</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков описания результатов статистического</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки</i>

		на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности в профессиональ ной проектной деятельности (B1)	данных социологи ческого и маркетин гового исследова ния на основе выбранно го измерения в процессе разработ ки аналитич еской отчетнос ти в професси ональной проектно й деятельн ости при решении нестан- дартных задач без ошибок и недочето в.	анализа данных социологи ческого и маркетин гового исследова ния на основе выбранно го измерения в процессе разработ ки аналитич еской отчетнос ти в професси ональной проектно й деятельн ости при решении стандарт -ных задач с некоторы ми недочета ми.	анализа данных социологи ческого и маркетин гового исследова ния на основе выбранно го измерения в процессе разработ ки аналитич еской отчетнос ти в професси ональной проектно й деятельн ости для решения стандарт ных задач с некоторы ми недочета ми.	описания результат ов статистическог о анализа данных социолог ического и маркетин гового исследов ания на основе выбранн ого измерени я в процессе разрабо тки аналити ческой отчетно сти в професс ионально й проектн ой деятельн ости ; имеют место грубые ошибки.
--	--	---	--	--	---	--

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины.

Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре разработчика.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Учебно-методическое обеспечение

5.1.1. Основная литература

1. Попов И. Ю. Теория информации : учебник / И. Ю. Попов, И. В. Блинова. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 160 с. — ISBN 978-5-8114-4204-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/126940>.

2. Кравченко А. И., Анализ и обработка социологических данных. : учебник / А. И. Кравченко. — Москва : КноРус, 2023. — 496 с. — ISBN 978-5-406-11926-6. — URL: <https://book.ru/book/950091>. — Текст : электронный.

5.1.2.Дополнительная литература

1. Теория измерений : учебное пособие / Т. И. Мурашкина, В. А. Мещеряков, Е. А. Бадеева, Е. В. Шалобаев. — М. : Высш. шк., 2007. — 151 с. : ил. — ISBN 978-5-06-005700-3. — Текст : непосредственный.

2. Основы многомерного шкалирования : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Толстова. — М. : КДУ, 2006. — 160 с. : ил. — ISBN 5-98227-100-4. — Текст : непосредственный.

5.2. Информационное обеспечение

5.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

1. Энциклопедии, словари, справочники, <http://www.rubricon.com>;
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, <http://elibrary.ru>;
3. Электронная библиотека диссертаций (РГБ), diss.rsl.ru;
4. Национальная электронная библиотечка (НЭБ), <https://rusneb.ru/>;
5. КиберЛенинка, <https://cyberleninka.ru/>;
6. Социологические исследования, <http://socis.isras.ru/>.

5.2.2. Профессиональные базы данных / Информационно-справочные системы

1. Фонд «Общественное мнение» <https://fom.ru/>;
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения <https://www.wciom.ru/>;
3. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» <http://ecsosman.hse.ru/>;
4. Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской Академии наук <https://www.isras.ru/>.

5.2.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Описание	Реквизиты подтверждающих документов
1	Windows 7 Профессиональная (Pro)	Пользовательская операционная система	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно
2	Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+	Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №21/2010 от 04.05.2010 Неискл. право. Бессрочно
3	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
4	Windows 7 Профессиональная (сертифицированная ФСТЭК)	Пользовательская операционная система	№ПО-ЛИЦ 0000/2014 от 27.05.2014 ЗАО "ТаксНет-Сервис" Неискл. Право Бессрочно
5	LMS Moodle	ПО для эффективного онлайн- взаимодействия преподавателя и студента	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование вида учебной работы	Наименование учебной аудитории, специализированной лаборатории	Перечень необходимого оборудования и технических средств обучения
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран).
Самостоятельная работа	Компьютерный класс с выходом в Интернет В-600а	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 30 компьютеров,

		технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение
	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение

7. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета www//kgeu.ru. Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;

- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

8. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися.

Методическое обеспечение процесса воспитания обучающихся выступает одним из определяющих факторов высокого качества образования. Преподаватель вуза, демонстрируя высокий профессионализм, эрудицию, четкую гражданскую позицию, самодисциплину, творческий подход в решении профессиональных задач, в ходе образовательного процесса способствует формированию гармоничной личности.

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

- методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, самоконтроль, рассказ, совет, убеждение и др.);

- методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, тренинг, упражнение, и др.);

- методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.)

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

Гражданское и патриотическое воспитание:

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и

обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;

- формирование у обучающихся активной гражданской позиции, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях российского общества, для повышения способности ответственно реализовывать свои конституционные права и обязанности;

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

- формирование мотивов, нравственных и смысловых установок личности, позволяющих противостоять экстремизму, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, межэтнической и межконфессиональной нетерпимости, другим негативным социальным явлениям.

Духовно-нравственное воспитание:

- воспитание чувства достоинства, чести и честности, совестливости, уважения к родителям, учителям, людям старшего поколения;

- формирование принципов коллективизма и солидарности, духа милосердия и сострадания, привычки заботиться о людях, находящихся в трудной жизненной ситуации;

- формирование солидарности и чувства социальной ответственности по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья, преодоление психологических барьеров по отношению к людям с ограниченными возможностями;

- формирование эмоционально насыщенного и духовно возвышенного отношения к миру, способности и умения передавать другим свой эстетический опыт.

Культурно-просветительское воспитание:

- формирование эстетической картины мира;

- формирование уважения к культурным ценностям родного города, края, страны;

- повышение познавательной активности обучающихся.

Научно-образовательное воспитание:

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;

- формирование умения получать знания;

- формирование навыков анализа и синтеза информации, в том числе в профессиональной области.

Вносимые изменения и утверждения на новый учебный год

№ п/п	№ раздела внесения изменений	Дата внесения изменений	Содержание изменений	«Согласовано» Зав. каф. реализующей дисциплину	«Согласовано» председатель УМК института (факультета), в состав которого входит выпускающая кафедра)
1	2	3	4	5	6
1	ОМ	15.03.2024	1. ОМ дополнены актуальными темами контрольных работ, стр.43. 2. Добавлена «контрольная работа» в технологическую карту ОМ, стр.25. 3. Добавлен «контрольная работа» в перечень оценочных средств в ОМ, стр.40.	Согласовано Н.М.Мухарямов	Согласовано Э.И. Беляев
2					
3					

*Приложение к рабочей
программе дисциплины*



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГУУ»)**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине**

Б1.В.ДЭ.01.02.05 Теория измерений в социологии и маркетинге

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Квалификация Бакалавр

г. Казань, 2023

Семестр 5

Наименование раздела	Формы и вид контроля	Рейтинговые показатели							
		I текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК1	II текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК2	III текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК3	Итого	Промежуточная аттестация
Раздел 1 КР	ТК1	15	0-15					15-30	15-30
Собеседование		15							
Раздел 2 КР	ТК2			15	0-15			15-30	15-30
Собеседование				15					
Раздел 3 КР	ТК3					25	0-15	25-40	25-40
Собеседование						25			
Промежуточная аттестация (КР)	ОМ кр								0-45
Задание промежуточной аттестации (Защита КР, Собеседование)									0-45

2. Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
ПК-1	ПК-1.1	<p>знать:</p> <p>технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и</p>	<p>Уровень знаний основ технологии и сбора социологической</p>	<p>Уровень знаний основ технологии и сбора социологической</p>	<p>Минимально допустимый уровень знаний основ технологии</p>	<p>Уровень знаний основ технологии и сбора социологической информации</p>

	<p>особенностям выбранной методической стратегии измерения социологии маркетинге (31).</p>	<p>информаци и примените льно к условиям исследован ия и особеннос тям выбранной методичес кой стратегии измерения в социологии и маркетинг е в объеме, соответст вующем программе подготовки, без ошибок</p>	<p>информаци и примените льно к условиям исследован ия и особеннос тям выбранной методичес кой стратегии измерения в социологии и маркетинг е, имеет место несколько негрубых ошибок</p>	<p>и сбора социологич еской информаци и примените льно к условиям исследован ия и особеннос тям выбранной методичес кой стратегии измерения в социологии и маркетинг е, имеет место много негрубых ошибок</p>	<p>примените льно к условиям исследован ия и особенност ям выбранной методичес кой стратегии измерения в социологии и маркетинг е, имеют место грубые ошибки</p>
<p>уметь:</p>					
	<p>объяснить технологию сбора социологическ ой информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге (У1)</p>	<p>Продемон стрирова ваны все основные умения объяснит ь технолог ию сбора социологи ческой информац ии применит ельно к условиям исследова ния и особеннос тям выбранно й методиче</p>	<p>Продемон стрирова ваны все основные умения объяснит ь технолог ию сбора социологи ческой информац ии применит ельно к условиям исследова ния и особеннос тям выбранно й методиче</p>	<p>Продемон стрирова ны основные умения объяснит ь технолог ию сбора социологи ческой информац ии применит ельно к условиям исследова ния и особеннос тям выбранно й методиче</p>	<p>При решении стандар тных задач не проде монстри рованы основные умения объяснит ь технолог ию сбора социолог ической информа ции примени тельно к условиям исследов ания и</p>

			<i>ской стратегии и измерения в социологии и маркетинге, решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме.</i>	<i>ской стратегии и измерения в социологии и маркетинге, решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме с отдельными несущественными недочетами.</i>	<i>ской стратегии и измерения в социологии и маркетинге, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены задания, но не в полном объеме.</i>	<i>особенно выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге, нерешены типовые задачи, не выполнены задания.</i>
		владеть:				
	навыками применения технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в социологии и маркетинге в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения (В1)	<i>Продемонстрированы навыки применения технологий сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии измерения в</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки применения технологий сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии и измерения</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков применения технологий сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения технологий сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенно</i>	<i>выбранной</i>

				<p>ния и особеннос тям выбранно й методиче ской стратегии и в процессе организац ии сбора данных при опросе обществе нного мнения технолог ию сбора социологи ческой информац ии применит ельно к условиям исследова ния и особеннос тям выбранно й методиче ской стратегии и в процессе организац ии сбора данных при опросе обществе нного мнения при решении стандарт ных задач с некоторы</p>	<p>ми.</p>	
--	--	--	--	---	------------	--

				<i>ми недочетами.</i>		
ПК-3	ПК-3.1	знать:				
		<p>основы измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования (31)</p>	<p><i>Уровень знаний основ измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования, без ошибок.</i></p>	<p><i>Уровень знаний основ измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования; имеет место несколько негрубых ошибок.</i></p>	<p><i>Минимально допустимый уровень знаний основ измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования; имеет место много негрубых ошибок.</i></p>	<p><i>Уровень знаний основ измерения, разработки программы, инструментария и проекта социологического и маркетингового исследования; имеют место грубые ошибки.</i></p>
		уметь:				
		<p>разрабатывать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения (У1)</p>	<p><i>Продемонстрированы все основные умения разрабатывать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранно</i></p>	<p><i>Продемонстрированы все основные умения разрабатывать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранно</i></p>	<p><i>Продемонстрированы основные умения разрабатывать программу, инструментарий проекта социологического и</i></p>	<p><i>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения разрабатывать программу, инструментарий проекта социологического и</i></p>

			<i>й процедур ы измерения , решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме.</i>	<i>й процедур ы измерения решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме с отдельными несущественными недочетами.</i>	<i>й процедур ы измерения разрабатывать программу, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения</i> <i>, решены типовые задачи с негрубыми и ошибками , выполнены задания, но не в полном объеме.</i>	<i>маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения, нерешены типовые задачи, не выполнены задания.</i>
		владеть:				
		способами разработки программы, инструментария проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения	<i>Продемонстрированы навыки применения способов инструментария проекта социологического и маркетин</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки применения способов инструментария проекта социологического и</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков применения способов инструментария проекта социологического и</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения способов</i>

		области экономической социологии и маркетинга (В1)	<i>гового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.</i>	<i>маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.</i>	<i>маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.</i>	<i>инструментария проекта социологического и маркетингового исследования на основе выбранной процедуры измерения в области экономической социологии и маркетинга; имеют место грубые ошибки.</i>
ПК-4	ПК-4.2	знать:				
		алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности (31)	<i>Уровень знаний алгоритма описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе</i>	<i>Уровень знаний алгоритма описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе</i>	<i>Минимально допустимый уровень знаний алгоритма описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного</i>	<i>Уровень знаний алгоритма описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения</i>

			<i>разработ ки аналитич еской отчетнос ти, без ошибок.</i>	<i>разработ ки аналитич еской отчетнос ти; имеет место несколько негрубых ошибок.</i>	<i>измерения в процессе разработ ки аналитич еской отчетнос ти; имеет место много негрубых ошибок.</i>	<i>я в процессе разрабо тки аналити ческой отчетно сти алгорит ма описания результ атов статис тического о анализа данных социолог ического и маркети нгового исследов ания в процессе разрабо тки аналити ческой отчетно сти имеют место грубые ошибки.</i>
		уметь:				
		<i>объяснить алгоритм описания результатов статистическог о анализа данных социологическо го и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в</i>	<i>Продемон стриро- ваны все основные умения объяснит ь алгоритм описания результ атов статист ического анализа данных</i>	<i>Продемон стриро- ваны все основные умения объяснит ь алгоритм описания результ атов статист ического анализа данных</i>	<i>Продемон стрирова ны основные умения объяснит ь алгоритм описания результ атов статист ического анализа данных</i>	<i>При решении стандар тных задач не проде- монстри рованы основные умения объясни ть алгорит м описания</i>

		<p>процессе разработки аналитической отчетности (У1)</p>	<p>социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности, решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме.</p>	<p>социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности, решены все основные задачи, выполнены все задания в полном объеме с отдельными несущественными недочетами.</p>	<p>социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности, решены типовые задачи с негрубыми и ошибками, выполнены задания, но не в полном объеме.</p>	<p>результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки</p>
--	--	--	---	---	--	---

						тки аналити ческой отчетно сти, нерешен ы типовые задачи, не выполнен ы задания.
		владеть:				
	навыками описания результатов статистическог о анализа данных социологическо го и маркетингового исследования на основе выбранного измерения в процессе разработки аналитической отчетности в профессиональ ной проектной деятельности (B1)	<i>Продемон стрирова ны навыки описания результатов статист ического анализа данных социологи ческого и маркетин гового исследова ния на основе выбранно го измерения в процессе разработ ки аналитич еской отчетнос ти в професси ональной проектно й деятельн ости при решении нестан-</i>	<i>Продемон стрирова ны базовые навыки описания результатов статист ического анализа данных социологи ческого и маркетин гового исследова ния на основе выбранно го измерения в процессе разработ ки аналитич еской отчетнос ти в професси ональной проектно й деятельн ости при решении</i>	<i>Имеется минималь -ный набор навыков описания результатов статист ического анализа данных социологи ческого и маркетин гового исследова ния на основе выбранно го измерения в процессе разработ ки аналитич еской отчетнос ти в професси ональной проектно й деятельн ости для решения</i>	<i>При решении стандар тных задач не продемонстри рованы базовые навыки описания результатов статистическог о анализа данных социолог ического и маркетин гового исследов ания на основе выбранн ого измерени я в процессе разрабо тки аналити ческой отчетно сти в професс</i>	

			<i>дартных задач без ошибок и недочетов.</i>	<i>стандарт-ных задач с некоторыми недочетами.</i>	<i>стандартных задач с некоторыми недочетами.</i>	<i>ионально й проектной деятельности ; имеют место грубые ошибки.</i>
--	--	--	--	--	---	---

Оценка **«отлично»** выставляется за выполнение *за активное участие в дискуссии*, в процессе обсуждения спорного вопроса, проблемы представлено умение аргументировать собственную точку зрения по поставленной проблеме, самостоятельно проведен анализ проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, сделаны выводы, обобщена авторская позиция по поставленной проблеме; *за ответы на вопросы на коллоквиуме* по темам / разделам дисциплины, содержание которых раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано, материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами; *за выполненное практического задания*, в результате выполнения которого продемонстрированы умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации; *за выполнение мультимедийной презентации*, где представлено логично выстроенное, структурированное содержание учебного материала, согласно выбранной тематике с использованием мультимедийных технологий; *за выполнение доклада*, содержание которого раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано, материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами; *даны полные и содержательные ответы на вопросы билета*;

При выполнении и защите курсовой работы за самостоятельное конструирование и решение практических задач и проблем, умение полностью ориентироваться в информационном пространстве, продемонстрировать высокий уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления.

Оценка **«хорошо»** выставляется за выполнение *за участие в дискуссии*, в процессе обсуждения спорного вопроса, проведен общий анализ проблемы,

сделаны выводы по поставленной проблеме, самостоятельно проведен анализ проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, сделаны выводы, обобщена авторская позиция по поставленной проблеме; *за ответы на вопросы на коллоквиуме* по темам / разделам дисциплины, содержание которых раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, продумано, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами; *за выполненное практического задания*, в результате выполнения которого продемонстрированы умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии; *за выполнение мультимедийной презентации*, где представлено общее содержание учебного материала, согласно выбранной тематике с использованием мультимедийных технологий; *за выполнение доклада*, содержание которого раскрыто и показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения материала, предусмотренного программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы; *за конспектирование переработанной информации по разделов*; *даны ответы на вопросы билета*;

При выполнении и защите курсовой работы за самостоятельное конструирование и частичное решение практических задач и проблем, умение частично ориентироваться в информационном пространстве, демонстрировать средний уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за *участие в дискуссии*, в котором сделаны выводы по поставленной проблеме; *за ответы на вопросы на коллоквиуме*, в которых допущены грубые ошибки в использовании терминологии; *за выполненное практического задания*, в результате выполнения которого продемонстрированы умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации с существенными ошибками; *за выполнение мультимедийной презентации*, где представлено общее содержание учебного материала, согласно выбранной тематике с использованием мультимедийных технологий, допущены грубые ошибки предоставления информации; *за выполнение доклада*, содержание которого достаточно для дальнейшего изучения материала, предусмотренного программой дисциплины, допущены грубые ошибки в использовании терминологии; *даны неполные ответы на вопросы билета*;

При выполнении и защите курсовой работы за самостоятельное конструирование, но отсутствие решения практических задач и проблем, умение частично ориентироваться в информационном пространстве с грубыми ошибками, демонстрировать низкий уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления с ошибками.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за отсутствие активного участия в *дискуссии, коллоквиуме; слабое и неполное выполнение доклада, мультимедийной презентации, практического задания в семестре.*

При выполнении и защите курсовой работы за отсутствие самостоятельного конструирования и отсутствие решения практических задач и проблем, неумение ориентироваться в информационном пространстве, неумение демонстрировать сформированность аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления.

3. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Описание оценочного средства
Круглый стол (КС), дискуссия (Дск), полемика (Плм), диспут (Дсп), дебаты (Дбт)	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Коллоквиум (К)	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися	Вопросы по темам / разделам дисциплины
Практическое задание (ПЗ)	Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задание направлено на оценивание компетенций по дисциплине, содержит четкую инструкцию по выполнению или алгоритм действий	Комплект задач и заданий
Мультимедийная презентация (МП)	Представление содержания учебного материала с использованием мультимедийных технологий	Тематика презентаций
Доклад (Дкл), сообщение (Сбщ)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-	Темы докладов, сообщений

	исследовательской или научной темы	
Контрольная работа	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы	Темы контрольных работ
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся	Темы проектов

4. Перечень контрольных заданий или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Для текущего контроля ТК1:

Проверяемая компетенция:

ПК-1 - Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; ПК-1.1 - Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3- Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование; ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4 - Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; ПК-4.2 - Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

Перечень дискуссионных тем для проведения дискуссии ТК1:

1. Измерение в социологии: цель, задачи.
2. Измерение в маркетинге: сущность, цель, задачи.
3. Проблемы измерения в социологии.
4. Основные понятия теории измерения: математическая и эмпирическая системы.
5. Подходы к теории измерения в социологии.
6. Методологические проблемы шкалирования.
7. Междисциплинарные аспекты проблем измерения в социологии.
8. Измерение как отображение эмпирической системы в

математическую.

9. Применимость измерения к решению социальных проблем.
 10. Применимость измерения к решению маркетинговых задач.
- Вопросы по темам / разделу I дисциплины коллоквиума к ТК1:*
11. Перечислите общие принципы измерения в социологии и маркетинге».
 12. Дайте определение понятию «измерение» в социологии и маркетинге.
 13. Что подразумевает общий подход к шкалированию.
 14. Каким образом применяется формализованный подход к научному исследованию в процессе организации сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
 15. Перечислите основные подходы к измерению в социологии?
 16. История развития теории измерения в социологии как науки.
 17. В чем заключается сущность измерения в социологии?
 18. В чем заключается сущность измерения в маркетинге?
 19. Почему измерение является отображением эмпирической системы в математической?
 20. Каким образом применяется междисциплинарное знание в процессе измерения социальных проблем?

Для текущего контроля ТК2:

Проверяемая компетенция:

ПК-1 - Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; ПК-1.1 - Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3- Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование; ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4 - Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; ПК-4.2 - Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

Темы докладов к ТК2:

1. Понятие признака. Проблемы измерения признака.
2. Шкалы. Установочные и оценочные шкалы.
3. Методы одномерного шкалирования.
4. Шкала Луи Тёрстоуна.
5. Метод парных сравнений.
6. Роль индексов в измерении.
7. Шкала Р. Лайкерта.
8. Общая характеристика шкалы Гутмана.
9. Метод семантического дифференциала.

10. Многомерное шкалирование.

Тематика презентаций к ТК2:

11. Типология шкал в зависимости от уровня измерения.

1. Основы определения типа шкалы.

2. Соотношение понятий квантификация, шкалирование, измерение.

3. Установочные и оценочные шкалы.

4. Общие представления о номинальных, порядковых, интервальных шкалах.

5. Латентные и наблюдаемые переменные.

6. Метод парных сравнений и построение на его основе оценочной шкалы.

7. Методика семантического дифференциала.

8. Основные типы используемых в социологии шкал.

9. Негативные и денотативные признаки.

10. Основания классификаций социологических шкал, используемые в работах Кумбса.

Для текущего контроля ТК3:

Проверяемая компетенция:

ПК-1 - Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; ПК-1.1 - Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3- Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование; ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4 - Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; ПК-4.2 - Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

Темы докладов к ТК3:

1. Надежность измерения в социологии и маркетинге.

2. Критерии устойчивости измерения.

3. Обоснованность измерения.

4. Валидность измерения.

5. Достоверность измерения.

6. Ошибка измерения.

7. Единичная ошибка измерения.

8. Проблема адекватности методов формализма измерения в социологии и маркетинге.

9. Возможность и необходимость конструктивной проверки ряда свойств измерения.

10. Специфика использования метрологических понятий в социологии.

Комплект практических заданий к ТК3:

Задание 1. Построить инструментарий социологического/маркетингового исследования с использованием различных типов шкал.

Обосновать выбор использованных шкал.

Задание 2.

На основе построенного инструментария социологического/маркетингового исследования с использованием различных видов шкал обосновать надежность измерения рассматриваемой проблемы (сформулированная проблема/цель исследования - по выбору), перечислить критерии устойчивости измерения.

Задание 3.

На основе выполнения Задания 1-2 обосновать валидность представленного измерения.

Темы контрольных работ (для заочной формы обучения):

1. Формирование представлений о признаке в социологии.
2. Проблемы измерения, возникающие при выборе способа анализа данных.
3. Нечисловые измерения в социологии.
4. Кризис измерения
5. Измерение как моделирование реальности.
6. Методологические аспекты использования математики в социологии.
7. Психофизическое измерение как предпосылка возникновения одномерного шкалирования.
8. Этапы построения шкалы.
9. Модельные представления.
10. Метод парных сравнений, как метод сбора данных.
11. Метод парных сравнений, как метод построения оценочной шкалы.
12. Методы одномерного шкалирования, лежащие в русле тестовой традиции.
13. Латентно-структурный анализ Лазерсфельда.
14. Метод семантического дифференциала. Одномерное разветвление.
15. Роль формализма в развитии науки.
16. Парадигма измерения Стивенса.
17. Репрезентационная теория измерений.
18. Типология шкал Кумбса.

Для промежуточной аттестации:

ПК-1 - Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; ПК-1.1 - Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3- Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование; ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4 - Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; ПК-4.2 - Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

Вопросы к зачету:

1. Понятие «измерения» в социологии и маркетинге.
2. Общий подход к шкалированию.
3. Формализация научного исследования в процессе организации сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
4. Общий подход к шкалированию. Шкалы. Установочные и оценочные шкалы.
5. Методы одномерного шкалирования.
6. Шкала Луи Тёрстоуна.
7. Метод парных сравнений.
- 8 Роль индексов в измерении.
9. Шкала Р. Лайкерта.
10. Общая характеристика шкалы Гутмана.
11. Метод семантического дифференциала.
12. Многомерное шкалирование.
13. Этапы построения шкалы
14. Надежность и критерии устойчивости измерения в социологии и маркетинге.
15. Устойчивость шкалы.
16. Обоснованность, валидность, достоверность, ошибка измерения, единичная ошибка.
17. Проблема адекватности методов формализма измерения в социологии и маркетинге.

Для текущего контроля Курсовой работы к ТК1:

Проверяемая компетенция:

ПК-1 - Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; ПК-1.1 - Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3- Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование; ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4 - Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; ПК-4.2 - Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

Вопросы по разделу курсовой работы:

1. Обосновать актуальность выбранной темы, ее ценность и значение для

социальной, социально-экономической сферы, современного рынка, маркетинга организации.

2. Теоретическая проработка исследуемой проблемы на основе анализа действующего законодательства.
3. Обосновать цель, задачи, методологическая база курсовой работы.
4. Дайте характеристику объекту исследования представленной курсовой работы.
5. Дайте характеристику предмету исследования представленной курсовой работы.
6. Дайте обоснование выбранным методам исследования в курсовой работе.
7. Теоретико-методологические подходы, используемые в курсовой работе.
8. Положения, нормативная, методическая документация, используемая в курсовой работе.
9. Справочная, научная литература, используемая в курсовой работе.
10. Сущность избранной темы, знание используемых источников, умение сопоставлять различные точки зрения.
11. Порядок обобщения исследуемых материалов и отражения их в тексте с использованием цитат, таблиц, схем и рисунков.
12. Критический обзор литературы и нормативно-правовых документов по выбранной теме курсовой работы.

Для текущего контроля Курсовой работы к ТК2:

Проверяемая компетенция:

ПК-1 - Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; ПК-1.1 - Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3- Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование; ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4 - Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; ПК-4.2 - Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

Вопросы по разделу 2 курсовой работы:

1. Обоснование методов исследования и моделирования информационных процессов и технологий в соответствии с темой курсовой работы.
2. Обоснование выбора инструментальных средств разработки, проектирование и разработку приложения.
3. Анализ результатов экспериментального исследования, схемы, графические и математические способы интерпретации полученных данных.

4. Описание эмпирического объекта.
5. Описание плана эмпирического исследования.
6. Характеристика выборки для проведения исследования.
7. Описание методов сбора данных (с обоснованием их адекватности поставленной задаче и оценкой достоинств и недостатков).
8. Описание методики обработки и анализа данных (с обоснованием их адекватности поставленной задаче и оценкой достоинств и недостатков).

Для текущего контроля Курсовой работы к ТКЗ:

Проверяемая компетенция:

ПК-1 - Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; ПК-1.1 - Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3- Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование; ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4 - Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; ПК-4.2 - Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

Вопросы по разделу 3 курсовой работы:

1. Результаты реализации процедуры исследования и расчетов, проведенных с использованием математико-статистических методов анализа данных.
2. Сущность методов анализа данных (их возможностей и ограничений).
3. Содержательная интерпретация результатов, полученных с помощью выбранных методов.
4. Диагностика состояния объекта, его внешней среды в рамках темы курсовой работы.
5. Анализ результатов исследования с использованием современных методов, информационных (компьютерных) технологий (графиков, диаграмм и т.п.).
6. Практика решения рассматриваемой проблемы.
7. Обосновать рекомендации и мероприятия по решению поставленных проблем в организации/процесса.
8. Пути совершенствования деятельности организации с целью повышения ее эффективности.
9. Конкретные предложения и рекомендации для улучшения работы в той или иной области деятельности предприятий, вытекающие из содержания рассматриваемой проблемы.

10. Предложения и рекомендации по дальнейшему развитию темы и внедрению полученных результатов.
11. Систематизация цифровых данных в виде таблиц, графиков с необходимым анализом и обобщением выявленных тенденций.
12. Аргументированность выводов, обоснованность предложений и рекомендаций.

Задание промежуточной аттестации (Защита Курсовой работы).

Проверяемая компетенция:

ПК-1 - Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; ПК-1.1 - Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3- Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование; ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4 - Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; ПК-4.2 - Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

Темы собеседования:

1. Систематизация цифровых данных в виде таблиц, графиков с необходимым анализом и обобщением выявленных тенденций.
2. Аргументированность выводов, обоснованность предложений и рекомендаций.
3. Обосновать актуальность выбранной темы, ее ценность и значение для социальной, социально-экономической сферы, современного рынка, маркетинга организации.
4. Теоретическая проработка исследуемой проблемы на основе анализа действующего законодательства.
5. Обосновать цель, задачи, методологическую базу курсовой работы.
6. Дайте характеристику объекту исследования представленной курсовой работы.
7. Дайте характеристику предмету исследования представленной курсовой работы.
8. Дайте обоснование выбранным методам исследования в курсовой работе.
9. Теоретико-методологические подходы, используемые в курсовой работе.
10. Положения, нормативная, методическая документация, используемая в курсовой работе.
11. Справочная, научная литература, используемая в курсовой работе.
12. Сущность избранной темы, знание используемых источников, умение сопоставлять различные точки зрения.

13. Порядок обобщения исследуемых материалов и отражения их в тексте с использованием цитат, таблиц, схем и рисунков.
14. Критический обзор литературы и нормативно-правовых документов по выбранной теме курсовой работы.
15. Обоснование методов исследования и моделирования информационных процессов и технологий в соответствии с темой курсовой работы.
16. Обоснование выбора инструментальных средств разработки, проектирование и разработку приложения.
17. Анализ результатов экспериментального исследования, схемы, графические и математические способы интерпретации полученных данных.
18. Описание эмпирического объекта.
19. Описание плана эмпирического исследования.
20. Характеристика выборки для проведения исследования.
21. Описание методов сбора данных (с обоснованием их адекватности поставленной задаче и оценкой достоинств и недостатков).
22. Описание методики обработки и анализа данных (с обоснованием их адекватности поставленной задаче и оценкой достоинств и недостатков).
23. Результаты реализации процедуры исследования и расчетов, проведенных с использованием математико-статистических методов анализа данных.
24. Сущность методов анализа данных (их возможностей и ограничений).
25. Содержательная интерпретация результатов, полученных с помощью выбранных методов.
26. Диагностика состояния объекта, его внешней среды в рамках темы курсовой работы.
27. Анализ результатов исследования с использованием современных методов, информационных (компьютерных) технологий (графиков, диаграмм и т.п.).
28. Практика решения рассматриваемой проблемы.
29. Обосновать рекомендации и мероприятия по решению поставленных проблем в организации/процесса.
30. Пути совершенствования деятельности организации с целью повышения ее эффективности.
31. Систематизация цифровых данных в виде таблиц, графиков с необходимым анализом и обобщением выявленных тенденций.
32. Конкретные предложения и рекомендации для улучшения работы в той или иной области деятельности предприятий, вытекающие из содержания рассматриваемой проблемы.
33. Аргументированность выводов, обоснованность предложений и рекомендаций.
34. Предложения и рекомендации по дальнейшему развитию темы и внедрению полученных результатов.