

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.07.2026 11:36:14
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	<i>Социологические технологии в маркетинге</i>
Направление подготовки / Специальность	<i>39.03.01 Социология</i>
Направленность (профиль) / Специализация	<i>Социологические исследования в цифровом обществе</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Разработчик(и)	<i>Печеркина Ирина Федоровна, к.с.н., доцент кафедры менеджмента и бизнеса</i>

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися
Отсутствуют.

2. План самостоятельной работы

	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.)*
1	2	3	4	5	6
1	Социологические основы маркетинга. Место маркетинговых исследований в социологии, маркетинге и управлении	Проработка лекций по теме, чтение дополнительной литературы	Ответ на устные вопросы	3	2
		Решение кейса	Ответы на поставленные вопросы	5	3
		Анализ маркетингового эмпирического исследования	Ответы на поставленные вопросы	5	3
2	Маркетинговые исследования: сущность, задачи, принципы проведения	Проработка лекций по теме, чтение дополнительной литературы	Ответ на устные вопросы	3	2
		Решение задач по определению объема и типа выборки в маркетинговом исследовании	Решение задач	5	1
		Практическое задание: Разработка дизайна маркетингового исследования	1) Бриф на проведение маркетингового исследования 2) Программа исследования	5 5	6
3	Измерение в маркетинговом и социологическом исследовании	Проработка лекций по теме, чтение дополнительной литературы	Тест	3	4
		Практическое задание: разработка инструментария в маркетинговом исследовании (продолжение работы по разработке программы исследования)	Инструментарий	5	4
4	Изучение поведения потребителей	Проработка лекций по теме, чтение дополнительной литературы	Тест	3	2

		Практическое задание: Анализ клиентской базы	Ответы на поставленные вопросы	5	6
		Практическое задание	Ответы на поставленные вопросы	5	1
5	Исследования продукта на различных этапах его жизненного цикла	Проработка лекций по теме, чтение дополнительной литературы	Ответ на устные вопросы	3	2
		Выполнение практического задания в малых группах	Выполнение задания	7	7
6.	Маркетинговые исследования на различных стадиях разработки бренда	Проработка лекций по теме, чтение дополнительной литературы	тест	3	2
		Исследовательский проект: Разработка дизайна исследования и инструментария	Программа + Инструментарий	5	7
7.	Исследования в области стимулирования сбыта, рекламы и связей с общественностью.	Проработка лекций по теме, чтение дополнительной литературы	тест	3	2
		Решение практического задания	Ответы на поставленные вопросы	5	2
		Практическое задание: Анализ результатов исследования	Ответы на поставленные вопросы	7	5
8.	Исследования в сфере розничной и оптовой торговли	Проработка лекций по теме, чтение дополнительной литературы	Тест	4	2
		Исследовательский проект: Презентация результатов исследования	Презентация	10	7
9.	Зачет	Подготовка к дифференцированному зачету	Устный ответ на контрольные вопросы к зачету	Зачет	9
ИТОГО					72

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

Подготовка к устному опросу.

Обучающимся рекомендуется проработка теоретического материала по теме занятия в соответствии с перечнем вопросов для обсуждения, опубликованных в МУП (ИС «Модеус») и РПД. Список литературы для самостоятельного изучения заданного материала размещен в ИС «Модеус» по каждой учебной встрече.

Индивидуальный опрос проходит в аудитории. Оцениваются уровень подготовки студентов по ключевым вопросам темы, знание и глубина понимания изучаемого материала, способность ясно и логично излагать материал, навыки критической оценки информации, с которой обучающийся работал в процессе подготовки к занятию.

Подготовка доклада с презентацией.

Обучающий готовит публичное выступление по представлению результатов самостоятельной работы, связанной с поиском и анализом информации в рамках определенной темы. Перечень рекомендованных источников для подготовки докладов размещен в ИС «Модеус» по каждой теме занятия.

Критерии оценки доклада: структурированность материала, содержательность, наглядность представления данных, оформление, чёткость и грамотность изложения материала, владение темой, наличие выводов, качество и количество привлечённых источников (не менее двух), ответы на вопросы и замечания аудитории, регламент выступления (7 минут, 10 слайдов).

Тест.

Тест позволяет оценить полученные знания по теме, самостоятельную работу студента. Тест состоит из 10 вопросов с несколькими вариантами ответов. Вопросы могут быть альтернативные и с несколькими вариантами ответов. Тест ограничен по времени.

Критерии оценки: решение, содержащее правильные ответы на все вопросы теста, оценивается максимальным количеством баллов; решение, содержащее неправильные ответы, в зависимости от их количества оценивается в процентах от максимального балла.

Выполнение практического задания.

Практическое задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения определенной проблемы; выполняется в течение семестра в процессе изучения соответствующих тем. Такие задания помогут студенту глубже разобраться в отдельных методах и технологиях прикладных исследованиях. Практические задания могут быть разного уровня сложности по темам занятий. Задания могут выполняться индивидуально или в группах по 3-4 человека.

Примеры заданий: 1) Провести анализ внешнего рынка труда для определенной организации; 2) Разработать инструментарий исследования удовлетворенности клиента для организации сферы общественного питания; 3) Разработать комплексную программу маркетингового исследования и т.п.

Рекомендации по выполнению:

- Изучите лекции и дополнительные материалы по теме.
- Изучите опыт исследования данной проблемы (используйте научные статьи и актуальные исследования)
- Следуйте технологии и принципам разработки маркетингового исследования.
- Используйте актуальные данные и статистику.
- Творчески подходите к выполнению задания.
- Соблюдайте логику написания отчета
- Презентация должна быть визуально привлекательной и информативной, с минимумом

текста и максимумом графиков и диаграмм.

В ходе выполнения практического задания оценивается умение студента применить теоретические знания для анализа реально существующей проблемы и поиска способов её преодоления на основе имеющихся технологий и апробированных методик.

Критерии оценки: 1) полнота выполнения задания, оформление, наглядность представления информации, владение теоретическим материалом по теме, убедительная аргументация, наличие выводов. 2) Правильность расчета показателей, метрик; правильность их интерпретации. Логика анализа. Качество выводов. 3) Умение применить теоретические знания для анализа реально существующей проблемы; грамотно разработанный дизайн исследования; релевантные данные; полнота и глубина анализа; выводы и рекомендации.

Выполнение творческого задания.

Выполнение творческого задания демонстрирует способность обучающихся к интегрированию знаний из разных областей, умение аргументировать собственную точку зрения, сформированность навыков творческого мышления при составлении текстов рекламных сообщений и выборе стратегий рекламирования. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Критерии оценки: полнота выполнения задания, соответствие требованиям, оформление, наглядность, знание технологии проведения маркетингового исследования, творческий подход.

Разработка брифа на проведение маркетингового исследования.

Внимательно прочитайте задание, описание в кейсе (предоставляет преподаватель). Заполните основные элементы брифа (описание маркетингового контекста, управленческая проблема, ограничения). Типовая структура брифа: 1) Общая информация о заказчике; 2) Цели и задачи маркетингового исследования; 3) Текущая ситуация на рынке; 4) Потребитель и товар / услуга; 5) Конкуренты.

Критерии оценки: полнота выполнения задания, соответствие требованиям, оформление, наглядность, знание технологии проведения маркетингового исследования, творческий подход.

Разработка исследовательского проекта.

Работа выполняется в виде исследовательского проекта. Типовая структура отчета по проекту включает: содержание работы, введение, 1 раздел (основная часть), разбитый на 2-3 подраздела, объемом не менее 5 и не более 10 стр. печатного текста каждый, заключение, список литературы, приложения (если есть необходимость).

Во введении (1-2 стр. печатного текста) работы обосновывается актуальность исследуемой темы в теоретическом и практическом плане, определяются объект и предмет исследования, цель и задачи проекта.

В основной части (15-20 стр. печатного текста) отчета должна быть выделена специфика изучения рассматриваемой проблемы с помощью различных методов прикладного исследования. В первой части работы анализируются все методы исследования, которые могут быть использованы в изучении данной проблемы. Особое внимание следует уделить тому, какие задачи может решить тот или иной метод в исследовании проблемы, и в каких случаях его можно применять, какие при этом существуют ограничения в применении этого метода. Во второй части работы необходимо проанализировать опыт эмпирических исследований рассматриваемой проблемы. Далее студент разрабатывает Программу и инструментарий исследования данной проблемы в конкретной организации. Программа исследования должна включать:

1) Описание проблемной ситуации, обоснование и формулировку проблемы исследования.

2) Цель и задачи исследования.

- 3) Объект и предмет исследования.
- 4) Системный анализ объекта исследования и интерпретацию основных понятий (теоретическая, эмпирическая и операциональная).
- 5) Факторную интерпретацию.
- 6) Формулировку гипотез. Необходимо показать методы проверки гипотез.
- 7) Определение вида исследования.
- 8) Если это выборочное исследование, то описание технологии выборки.
- 9) Разработка инструментария исследования.

В заключении (1-2 стр. печатного текста) отчета подводятся итоги, формулируются основные выводы.

Критерии оценки:

- 1) Систематичность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов.
- 2) Освоение методологии проведения эмпирического исследования.
- 3) Владение навыками разработки концепции исследования.
- 4) Умение применять методы проведения прикладных исследований.
- 5) Уместность и допустимость использования методов исследования для решения поставленных задач.
- 6) Умение применять стандартные алгоритмы и технологии для решения поставленных задач.

Подготовка к дифференцированному зачету.

Дифференцированный зачет проводится по контрольным вопросам к зачёту. Перечень вопросов опубликован в МУП (ИС «Модеус») и РПД. Для подготовки к сдаче зачета следует пользоваться материалами лекций и рекомендованной учебной литературой по каждой теме занятия (см. МУП в ИС «Модеус»).

Задания выполняются в течение семестра и сдаются не позднее 10 дней до начала зачётной недели.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

В целях эффективной организации самостоятельной подготовки к промежуточной аттестации обучающимся рекомендуется повторение лекционного материала по всем темам курса (презентации лекций размещены на Яндекс-диске), а также чтение учебной литературы по списку, указанному в РПД и МУП в ИС «Модеус».

Рекомендации для подготовки:

Повторите материалы и ключевые вопросы, обсуждавшиеся в лекциях и на семинарских занятиях. Обратите особое внимание на ключевые понятия, подходы, принципы проведения маркетинговых исследований. Источники необходимой информации для подготовки представлена в рабочей программе дисциплины. Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников. Основным источником подготовки к зачету является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией. Используйте дополнительные материалы для углубленного изучения тем. В ходе подготовки к зачету обучающимся необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем.

Подготовка обучающихся к промежуточной аттестации включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра в рамках выполнения домашнего задания и

чтения материалов лекций, обязательной и дополнительной литературы;

- непосредственная подготовка в дни, предшествующие промежуточной аттестации;
- подготовка письменного ответа на вопросы зачета.

Оценивание уровня знаний и умений осуществляется по предложенной шкале:

Оценка / предмет оценки	(0-60%) Неудовлетворительно	(61-75%) Удовлетворительно	(76-90 %) Хорошо	(91-100 %) Отлично
1 Систематичность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов	Обладает частичными и разрозненными знаниями, только некоторые из которых может связывать между собой	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает систематическим взглядом на изучаемый объект
2. Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи