


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета

факультета культуры и искусства

от «20» мая 2022 г., протокол №12/243



Председатель /Н.С. Сафронов/
(подпись)

Зав.кафедрой дизайна и
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 2644/08 от 13.09.2021г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Основы социологии в маркетинге
Факультет	Гуманитарных наук и социальных технологий
Кафедра	психологии и педагогики
Курс	4

Направление (Специальность) 46.03.02 «Документоведение и архивоведение»
(бакалавриат)

Направленность (профиль/специализация) **Документоведение и документационное
обеспечение управления**

Форма обучения очная
очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «01»_сентября_2022 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15.05. 2023 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № от 20 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № от 20 г.



Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Кадничанская Марина Ивановна	психологии и педагогики	доцент, к. соц.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой Психологии и педагогики	Заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотекведения
 Митин С.Н./ «18» мая 2022г.	 / Самарцев О.Р. Подпись «18» мая 2022 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину	Подпись	Дата
1.	Внесение изменений в п.п. а) список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Самарцев О. Р.		15.05.2023
2	Внесение изменений в п. п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Самарцев О.Р.		15.05.2023

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

- формирование научных знаний об обществе, личности и маркетинговой деятельности; о социальных группах и социальных институтах, о социальном поведении людей;
- освоение основных социологических понятий, закономерностей общественного устройства и развития, знакомство с социальной структурой общества и месте личности в различных видах социальных взаимосвязей

Задачи дисциплины:

- ознакомление с основными разделами современного социологического знания, социологическими проблемами и методами их исследования,
- введение в круг социологических проблем, связанных с маркетинговой профессиональной деятельностью,
- развитие навыков критического восприятия и оценки информации,
- формирование умения логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения,
- овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Основы социологии в маркетинге» Б1.В.1.ДВ.05.02 относится к дисциплине по выбору основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом для бакалавров. Изучается в 7 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: базовые знания в области История госучреждений России, Основы проектного управления, Современная организация госучреждений, Современные исследования в документоведении и архивоведении, Исследовательская и проектная работа в документоведении и архивоведении, Ознакомительная практика, Социальное предпринимательство, Архивоведение, Документоведение, Организация и технология документационного обеспечения управления, Основы предпринимательского права, Электронные архивы, Научно-технические и аудиовизуальные архивы, Государственные, муниципальные и ведомственные архивы, Проектная деятельность, Обеспечение сохранности, реставрация и консервация документов, Гражданское право, Конфиденциальное делопроизводство, Организационно-информационное обеспечение деятельности руководителя, Муниципальные органы управления и муниципальная служба, Информационное право, Предоставление услуг в архивах РФ, Управление качеством, Управление изменениями, Технологии продвижения информационных продуктов и услуг, Маркетинг информационных услуг, Научно-исследовательская работа.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: Социология управления, Организация и документирование работы с обращениями граждан, Управление человеческими ресурсами, Методы принятия управленческих решений, Трудовое право, Технология работы с обращениями граждан, Выставочная деятельность архивов, Архивы политических партий и общественных организации, История архивов России, Проектная деятельность архивов, Управление документами за рубежом.

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для прохождения преддипломной практики, подготовки к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, подготовки к сдаче и сдача государственного экзамена.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:


Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК-2 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>Знать: методики поиска, сбора и обработки информации, метод системного анализа; в том числе специфику социологических методов для изучения актуальных социальных проблем и управленческих процессов, протекающих в обществе для решения поставленных задач.</p> <p>Уметь: применять методики поиска, сбора, обработки информации, системный подход для решения поставленных задач и осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из актуальных российских и зарубежных источников</p> <p>Владеть: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач</p>
ПК-1 Способен хранить музейные и архивные предметы и осуществлять контроль за их движением	<p>Знать: основные способы хранения музейных и архивных предметов и осуществлять контроль за их движением для обеспечения управления музейного и архивного дела в профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: применять на практике способы хранения музейных и архивных предметов и осуществлять контроль за их движением для обеспечения управления музейного и архивного дела в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: основными способами хранения музейных и архивных предметов и осуществлять контроль за их движением для обеспечения управления в профессиональной деятельности</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) - 2

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах) – 72


Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		5	6	7
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем в	36	36		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

соответствии с УП				
Аудиторные занятия:	36	36		
лекции	18	18		
Семинары и практические занятия	18	18		
лабораторные работы, практикумы	-	-		
Самостоятельная работа	36	36		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)	тестирование реферат задание	тестирование реферат задание		
Курсовая работа	-	-		
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

4.3. Содержание дисциплины (модуля.) Распределение часов по темам и видам учебной работы:
Форма обучения – очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения маркетинга 1.Роль социологии в маркетинговых исследованиях	10	2	2	-	-	6	реферат задание №1 тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

2.Виды маркетинговых исследований	10	2	2	-	2	6	устный опрос тестирование реферат
3. Инструментарий и техника количественных исследований	14	4	4	-	-	6	устный опрос реферат задание № 2
4. Инструментарий и техника качественных исследований	14	4	4	-	-	6	устный опрос реферат задание № 4
Раздел 2. Эмпирический раздел 5.Маркетинговые исследования конкурентов и потребителей	14	4	4	-	-	6	устный опрос тестирование реферат
6. Организация маркетингового исследования	10	2	2	-	2	6	устный опрос реферат
ИТОГО	72	18	18	-	4	36	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения в маркетинге

Тема 1. Роль социологии в маркетинговых исследованиях

Социологические методы в маркетинге. Сходство и различие социологических и маркетинговых исследований. Сущность и процесс маркетингового исследования. Этапы маркетингового исследования. Цели маркетинговых исследований. Международный кодекс ESOMAR. Кодекс социолога, кодекс маркетолога. Маркетинговая информация и ее источники: первичные данные, вторичные данные. Значение маркетинговых и социологических исследований для практической деятельности: построение теорий на базе эмпирических данных, социальная инженерия, управленческое консультирование, проектирование социальных процессов.

Тема 2. Виды маркетинговых исследований

Классификация маркетинговых исследований. Исследования товара, цены, сбыта. Исследования рекламы и медиаисследования. Исследования потребителей. Исследования конкурентов. Методы маркетинговых исследований: общенаучные, аналитико-прогностические, социологические, собственно маркетинговые. Лонгитюдные исследования. Мониторинги. Панельные исследования. Омнибус. Количественные и качественные социологические исследования, границы их применения. Полевые и кабинетные исследования. Массовые опросы, наблюдение, эксперимент, фокус-группы, экспертные интервью, глубинное интервью. Лекция визуализация 3 2 Тест 6 Специфика исследований в Интернете.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Тема 3. Инструментарий и техника количественных исследований

Виды опросов: массовый, экспертный, индивидуальный, групповой, анкетный, интервью, телефонный, почтовый, интернет-опросы. Hall-тесты и home-тесты. Ритейлаудит. Тестовые методики. Типичные ошибки и проблемы полевого этапа исследования. Основные блоки анкеты. Формулировка обращения к респонденту. Паспортичка. Виды вопросов. Вопросы-фильтры. Контрольные вопросы. Требования к формулировке вопросов. Особенности разработки анкеты для печати в СМИ. Дизайн анкеты. Пилотаж анкеты. Выборка опроса. Виды выборок. Валидность. Репрезентативность выборки. Случайный и неслучайный отбор. Повторный и бесповторный отбор. Квотные и вероятностные выборки. Определение объема и процедуры выборки. Ошибка выборки. Источники ошибок выборки. Ремонт выборки. Способы кодирования, учета, обработки и интерпретации информации. Шкалирование в маркетинге и социологии. Контент-анализ и его применение в маркетинге. Технические средства, используемые в количественных исследованиях.

Тема 4. Инструментарий и техника качественных исследований

Виды наблюдения: научное, бытовое, контролируемое и неконтролируемое, включенное и невключенное, полевое и лабораторное, систематическое и случайное, формализованное и неформализованное. Методика кейс-стади. Дизайн инструментов сбора данных. Глубинное интервью. Метод биографий. Фокус-группы: роль модератора, ассистента, наблюдателя. Критерии отбора респондентов для качественных исследований. Учет статусных характеристик респондентов. Топик-гайд дискуссии. Подготовка предмета исследования. Наблюдение: журнал наблюдения, карточка учета. Дневники в Интернете. Использование технических средств в ходе качественных исследований. Проективные методы исследований. Триангуляция данных. Кодирование и интерпретация данных. Программное обеспечение

Тема 5. Маркетинговые исследования конкурентов и потребителей

Изучение удовлетворенности потребителей. Различие понятий «потребитель» и «покупатель». Сегментация потребителей (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая). Изучение факторов, влияющих на поведение потребителей. Фокус-группы и глубинные интервью в исследованиях потребителей. Опросные методы изучения потребителей. Опросные методы в исследованиях конкурентов. Метод наблюдения в исследованиях конкурентов.

Раздел 2. Эмпирический раздел

Тема 6. Организация маркетингового исследования

Проект как деятельность. Ресурсные ограничения проекта. Калькуляция исследовательского проекта. Запрос на проведение маркетингового исследования (бриф). Составление плана маркетингового исследования. Бюджет исследования. Организация и проведение сбора данных. Контроль за процессом сбора данных. Участники исследовательского проекта: организатор, супервайзер, интервьюеры, вводчики информации, контролеры, технический персонал. Подготовка интервьюеров. «Эффект интервьюера». Способы повышения надежности информации на полевом этапе. Мотивация респондентов. Техническое сопровождение исследовательского проекта. Программное обеспечение проекта. Анализ и интерпретация данных. Форма представления результатов исследования: презентация, статья, монография, семинар. Подготовка отчета. Документооборот в исследовательском проекте: техническое задание, смета, договор, трудовое соглашение, инструкции организатору и интервьюеру, бланки инструментария (анкеты, контактные ведомости, кодировочные бланки, дневники и т.д.), финансовые документы, отчет об исследовании

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения в маркетинге

Тема 1. Роль социологии в маркетинговых исследованиях

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы к теме для подготовки к практическому занятию:

1. Социологические методы в маркетинге. Сходство и различие социологических и маркетинговых исследований.
2. Сущность и процесс маркетингового исследования.
3. Этапы маркетингового исследования.
4. Цели маркетинговых исследований.
5. Международный кодекс ESOMAR. Кодекс социолога, кодекс маркетолога.
6. Значение маркетинговых и социологических исследований для практической деятельности: построение теорий на базе эмпирических данных, социальная инженерия, управленческое консультирование, проектирование социальных процессов.

Тема 2. Виды маркетинговых исследований

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы к теме для подготовки к практическому занятию:

1. Классификация маркетинговых исследований.
2. Исследования товара, цены, сбыта.
3. Исследования рекламы и медиаисследования.
4. Исследования потребителей.
5. Исследования конкурентов.
6. Методы маркетинговых исследований: общенаучные, аналитико-прогностические, социологические, собственно маркетинговые. Лонгитюдные исследования. Мониторинги.

Тема 3. Инструментарий и техника количественных исследований

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы к теме для подготовки к практическому занятию:

1. Виды опросов: массовый, экспертный, индивидуальный, групповой, анкетный, интервью, телефонный, почтовый, интернет-опросы.
2. Тестовые методики.
3. Типичные ошибки и проблемы полевого этапа исследования.
4. Основные блоки анкеты. Формулировка обращения к респонденту. Паспортичка.
5. Виды вопросов. Вопросы-фильтры. Контрольные вопросы. Требования к формулировке вопросов. Дизайн анкеты. Пилотаж анкеты.
6. Выборка опроса. Виды выборок. Валидность. Репрезентативность выборки.

Тема 4. Инструментарий и техника качественных исследований

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы к теме для подготовки к практическому занятию:

1. Виды наблюдения: научное, бытовое, контролируемое и неконтролируемое, включенное и невключенное, полевое и лабораторное, систематическое и случайное, формализованное и неформализованное.
2. Методика кейс-стади.
3. Глубинное интервью.
4. Метод биографий.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

5. Фокус-группы: роль модератора, ассистента, наблюдателя. Критерии отбора респондентов для качественных исследований.

Тема 5. Маркетинговые исследования конкурентов и потребителей

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы к теме для подготовки к практическому занятию:

1. Изучение удовлетворенности потребителей. Различие понятий «потребитель» и «покупатель».

2. Сегментация потребителей (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая).

3. Изучение факторов, влияющих на поведение потребителей. Фокус-группы и глубинные интервью в исследованиях потребителей. Опросные методы изучения потребителей.

Раздел 2. Эмпирический раздел

Тема 6. Организация маркетингового исследования

Форма проведения – семинар, дискуссия.

Вопросы к теме для подготовки к практическому занятию:

1. Проект как деятельность. Ресурсные ограничения проекта.

2. Калькуляция исследовательского проекта. Запрос на проведение маркетингового исследования (бриф). Составление плана маркетингового исследования. Бюджет исследования. Организация и проведение сбора данных.

3. Контроль за процессом сбора данных.

4. Участники исследовательского проекта: организатор, супервайзер, интервьюеры, вводчики информации, контролеры, технический персонал. Подготовка интервьюеров. «Эффект интервьюера».

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Панельные исследования. Омнибус.

2. Количественные и качественные социологические исследования, границы их применения.

3. Полевые и кабинетные исследования.

4. Массовые опросы

5. Hall-тесты и home-тесты. Ритейлаудит

6. Особенности разработки анкеты для печати в СМИ.

7. Учет статусных характеристик респондентов.

8. Топик-гайд дискуссии

9. Использование технических средств в ходе качественных исследований.

10. Проективные методы исследований.

11. Методики конкурентного анализа. SWOT-анализ, матричные методы, экспертные оценки.

12. Ритейл-аудит как метод изучения конкурентов.

13. Опросные методы в исследованиях конкурентов. Метод наблюдения в исследованиях конкурентов.

14. Способы повышения надежности информации на полевом этапе.

15. Мотивация респондентов.

16. Форма представления результатов исследования: презентация, статья, монография, семинар.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

17. Документооборот в исследовательском проекте: техническое задание, смета, договор, трудовое соглашение, инструкции организатору и интервьюеру, бланки инструментария (анкеты, контактные ведомости, кодировочные бланки, дневники и т.д.), финансовые документы, отчет об исследовании

Реферат – письменный доклад по определенной теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников. Реферат не копирует дословно содержание первоисточника, а представляет собой новый вторичный текст, создаваемый в результате систематизации и обобщения материала первоисточника, его аналитико- синтетической переработки. В зависимости от количества реферируемых источников выделяют следующие виды рефератов: монографические – рефераты, написанные на основе одного источника; обзорные – рефераты, созданные на основе нескольких исходных текстов, объединенных общей темой и сходными проблемами исследования.

Требования к оформлению реферата: не менее 10 страниц формата А4, Основной текст: Кегль 14. Интервал между строк – 1,5. Шрифт – TimesNewRoman. При ответе Вы должны использовать не менее пяти разных источников, имеющих непосредственное отношение к рассматриваемой Вами теме. Каждая страница текста, включая иллюстрации и приложения, нумеруется, кроме титульного листа по порядку без пропусков и повторений. На титульном листе реферата указывается название темы, ФИО, группа студента, подготовившего реферат. В библиографический список следует включить все использованные источники Дословное приведение выдержки из какого-либо произведения для подкрепления мысли авторитетным высказыванием (цитата) выделяется кавычками и снабжается ссылкой на источник. Использовать его следует лишь в тех случаях, когда требуется с максимальной точностью выразить мысль другого автора. В остальных случаях достаточно изложить содержание того или иного раздела из работы своими словами. Однако при этом ссылка на источник обязательна.

- Доклад – это устное выступление на заданную тему. Время доклада, как правило, составляет 5-15 минут. Доклад оформляется в виде презентации, представляется для выступления и последующего обсуждения на практическом занятии. Кроме того, при выступлении возможно использование наглядных материалов, например, таблиц, иллюстраций, схем. Оптимальным методом завершения устного сообщения или доклада была бы дискуссия с аудиторией по теме выступления.

Цели доклада: научиться убедительно и кратко излагать свои мысли в устной форме, донести информацию до слушателя, установить контакт с аудиторией и получить обратную связь. Важно при подготовке доклада учитывать его фазы: мотивацию, убеждение, побуждение. В первой фазе доклада рекомендуется использовать: риторические вопросы; актуальные примеры, события; истории, цитаты. Главная цель – привлечь внимание слушателей к докладчику. Ядром хорошего доклада является информация. Она должна быть новой и понятной. В главной части необходимо раскрыть саму тему. Это означает, что надо не только осветить ее проблемы и возможные (или уже имеющиеся) их решения, но сопоставить их, дать свою интерпретацию, высказать свою точку зрения, предложить свое решение.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. . Сходство и различие социологических и маркетинговых исследований.
2. Сущность и процесс маркетингового исследования.
3. Этапы маркетингового исследования.
4. Цели маркетинговых исследований.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

5. Международный кодекс ESOMAR. Кодекс социолога, кодекс маркетолога.
6. Маркетинговая информация и ее источники.
7. Значение маркетинговых и социологических исследований для практической деятельности.
- 8.. Классификация маркетинговых исследований.
9. Исследования рекламы и медиаисследования.
- 10.. Исследования потребителей.
11. Исследования конкурентов.
12. Лонгитюдные исследования.
13. Мониторинги.
14. Панельные исследования. Омнибус.
15. Количественные и качественные социологические исследования, границы их применения.
- 16.. Специфика исследований в Интернете
17. Тестовые методики.
18. Типичные ошибки и проблемы полевого этапа исследования.
19. Основные блоки анкеты.
20. Виды вопросов.
- 21.. Выборка опроса. Виды выборок. Репрезентативность выборки. Ошибка выборки. Источники ошибок выборки.
22. Использование технических средств в ходе качественных исследований.
23. Проективные методы исследований.
24. Изучение удовлетворенности потребителей.
25. Сегментация потребителей (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая).
26. Форма представления результатов исследования.
27. Документооборот в исследовательском проекте.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения - очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения в маркетинге 1. Роль социологии в маркетинговых исследованиях	<ul style="list-style-type: none"> • подготовка вопросов из блока А (1-5) темы 1 • подготовка задания №1 • подготовка реферата по теме 	6	устный опрос проверка выполнения задания, реферата
2. Виды маркетинговых исследований	<ul style="list-style-type: none"> • подготовка вопросов из блока А (1-76) темы 2 • подготовка реферата по 	6	устный опрос тестирование проверка реферата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

	теме		
3. Инструментарий и техника количественных исследований	<ul style="list-style-type: none"> • подготовка вопросов из блока А (1-6) темы 3. • подготовка задания №2 • подготовка реферата по теме 	6	устный опрос проверка выполнения задания, реферата
4. Инструментарий и техника качественных исследований	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка вопросов из блока А (1-5) темы 4. • подготовка задания №4 • подготовка реферата по теме 	6	устный опрос проверка выполнения задания, реферата
Раздел 2. Эмпирический раздел 5.Маркетинговые исследования конкурентов и потребителей	<ul style="list-style-type: none"> • подготовка вопросов из блока А (1-4) темы 5 • подготовка задания №3 	6	устный опрос проверка выполнения задания
6. Организация маркетингового исследования	<ul style="list-style-type: none"> • подготовка вопросов из блока А (1-4) темы 6 • подготовка реферата по теме 	6	устный опрос тестирование проверка реферата
		36	

Блок А.

Вопросы для самостоятельного изучения и устного выступления:

Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения в маркетинге

Тема 1. Роль социологии в маркетинговых исследованиях

Вопросы:

1. В чем состоит сходство и различие социологических и маркетинговых исследований?
2. Какова сущность процесса маркетингового исследования?
3. Опишите этапы и цели маркетингового исследования.
4. Что такое Международный кодекс ESOMAR. Кодекс социолога, кодекс маркетолога?
5. В чем значение маркетинговых и социологических исследований для практической деятельности: построение теорий на базе эмпирических данных, социальная инженерия, управленческое консультирование, проектирование социальных процессов?

Тема 2. Виды маркетинговых исследований

Вопросы:

1. Назовите классификацию маркетинговых исследований.
2. Опишите исследования товара, цены, сбыта.
3. Какова специфика исследования рекламы и медиаисследования?
4. Что такое - Исследования потребителей?
5. В чем заключаются особенности исследования конкурентов?
6. Расскажите о методах маркетинговых исследований: общенаучные, аналитико-прогностические, социологические, собственно маркетинговые. Лонгитюдные

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

исследования. Мониторинги.

Тема 3. Инструментарий и техника количественных исследований

Вопросы:

1. Виды опросов: массовый, экспертный, индивидуальный, групповой, анкетный, интервью, телефонный, почтовый, интернет-опросы.

2. Что такое тестовые методики?

3. Каковы типичные ошибки и проблемы полевого этапа исследования?

4. Назовите основные блоки анкеты. Формулировка обращения к респонденту. Что такое паспортчика?

5. Виды вопросов. Вопросы-фильтры. Контрольные вопросы. Требования к формулировке вопросов. Дизайн анкеты. Пилотаж анкеты.

6. Выборка опроса. Виды выборок. Валидность. Репрезентативность выборок.

Тема 4. Инструментарий и техника качественных исследований

Вопросы:

1. Виды наблюдения: научное, бытовое, контролируемое и неконтролируемое, включенное и невключенное, полевое и лабораторное, систематическое и случайное, формализованное и неформализованное.

2. Что такое методика кейс-стади? Какова ее особенность?

3. Глубинное интервью.

4. Метод биографий.

5. Фокус-группы: роль модератора, ассистента, наблюдателя. Критерии отбора респондентов для качественных исследований.

Тема 5. Маркетинговые исследования конкурентов и потребителей

Вопросы

1. В чем заключается различие понятий «потребитель» и «покупатель»?

2. Что такое сегментация потребителей (демографическая, географическая, психографическая, поведенческая)?

3. Охарактеризуйте факторы, влияющие на поведение потребителей.

4. Что такое Фокус-группы и глубинные интервью в исследованиях потребителей.

Раздел 2. Эмпирический раздел

Тема 6. Организация маркетингового исследования


Вопросы

1. Проект как деятельность. Каковы ресурсные ограничения проекта?

2. Калькуляция исследовательского проекта. Запрос на проведение маркетингового исследования (бриф). Составление плана маркетингового исследования. Бюджет исследования. Организация и проведение сбора данных.

3. В чем заключается контроль за процессом сбора данных.?

4. Участники исследовательского проекта: организатор, супервайзер, интервьюеры, вводчики информации, контролеры, технический персонал. Подготовка интервьюеров. «Эффект интервьюера».

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ СОЦИОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ»

а) Список рекомендуемой литературы

Основная:

1. Кравченко, А. И. Социология : учебник и практикум для вузов / А. И. Кравченко. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02557-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488741>.
2. Кравченко, С. А. Социология в 2 т. Т. 1. Классические теории через призму социологического воображения : учебник для академического бакалавриата / С. А. Кравченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 584 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3823-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507884>.

Дополнительная:

1. Долгоруков, А. М. Общая социология. Практикум : учебное пособие для вузов / А. М. Долгоруков ; под общей редакцией Н. И. Лапина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00033-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491250>.
2. Зомбарт, В. Социология. Хрестоматия : учебное пособие для вузов / В. Зомбарт ; переводчик И. Д. Маркусон. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 169 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-9916-7122-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469483>
3. Сирота, Н. М. Социология : учебное пособие для вузов / Н. М. Сирота, С. А. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 128 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08923-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492367>.
4. Плаксин, В. Н. Социология : учебник и практикум для вузов / В. Н. Плаксин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8518-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490674>.

Учебно-методическая:

1. Кадничанская М. И. Основы социологии : учебно-методические рекомендации для студентов несоциологических направлений и специальностей очной и заочной форм обучения. Часть 1 / М. И. Кадничанская; УлГУ, ФГНиСТ, Каф. психологии и педагогики. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 382 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/7552>
2. Кадничанская М. И. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов несоциологических направлений и специальностей очной и заочной формы обучения . Часть 1 / М. И. Кадничанская, Е. П. Галкина, Н. В. Власова; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 572 КБ). - Текст : электронный.- URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/6831>

Согласовано:

Главный библиотекарь ООП
Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.
ФИО

подпись

дата

Шевякова И.Н. | 26.05.2022

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft Office 2016 или «Мой офис стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

- 1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2022]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2022]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2022]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2022]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.8. Clinical Collection : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
- 1.9. База данных «Русский как иностранный» : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2022]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].
3. Базы данных периодических изданий:
 - 3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
 - 3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2022]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный
 - 3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2022]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2022]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.
5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.
6. Федеральные информационно-образовательные порталы:
 - 6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.
 - 6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.
7. Образовательные ресурсы УлГУ:
 - 7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Зам. начальника УИТТ



А.В. Ключкова

22.04.2022

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лекционных занятий используются учебные аудитории. Помещения оснащены комплектами ученической мебели. Технические средства: доска аудиторная, мультимедийное оборудование, рабочее место преподавателя.

Помещения для самостоятельной работы.

1. Читальный зал научной библиотеки (аудитория 237) с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 80 посадочных мест и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС, экраном и проектором. Площадь 220,39 кв.м, (Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1)).

2. Библиографический отдел научной библиотеки (аудитория 224Б) с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС, Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 7 посадочных мест и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС. Площадь 53,88 кв.м, (Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1)).

3. Отдел обслуживания научной библиотеки (аудитория 316) с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС, Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 10 посадочных мест и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС. Площадь 31,68 кв. м, (Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1)).

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ


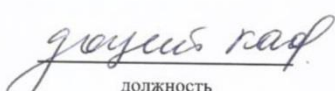
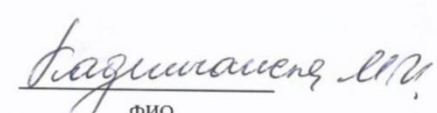
В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик   
подпись должность ФИО

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Приложение 1

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ СОЦИОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ»

а) Список рекомендуемой литературы

Основная:

1. Кравченко, А.И. Социология: учебник и практикум для вузов / А. И. Кравченко . – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт. 2022. – 433 с. – (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-02557-6. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL:<http://urait.ru/bcode/488741>.
2. Кравченко, С.А. Социология в 2 т. Т.1. Классические теории через призму социологического воображения : учебник для академического бакалавриата / С.А. Кравченко – Москва : Издательство Юрайт. 2022. – 584 с. – (Бакалавр. Академический курс) . -ISBN 978-5-392-9916-3823-4 - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL:<http://urait.ru/bcode/507884>.

Дополнительная:

1. Долгоруков, А. М. Общая социология. Практикум : учебное пособие для вузов / А. М. Долгоруков ; под общей редакцией Н. И. Лапина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00033-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491250>.
2. Зомбарт, В. Социология. Хрестоматия : учебное пособие для вузов / В. Зомбарт ; переводчик И. Д. Маркусон. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 169 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-9916-7122-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469483>.
3. Сирота, Н.М. Социология: учебное пособие для вузов / Н.М. Сирота , С.А.Сидоров. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 128 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08923-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492367>.
4. Плаксин, В.Н. Социология: учебник и практикум для вузов / В.Н. Плаксин. – 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8518-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490674>.

Учебно-методическая:


1. Кадничанская М. И. Практикум по социологии : для студентов несоциолог. направл. и спец. очной и заочной форм обучения. Ч. 1 / М. И. Кадничанская, Е. П. Галкина, Н. В. Власова; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 596 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1218>
2. Кадничанская М. И. Основы социологии: учебно-методические рекомендации для студентов несоциологических направлений и специальностей очной и заочной форм обучения. Часть 1 / М. И. Кадничанская; УлГУ, ФГНиСТ, Каф. психологии и педагогики. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 382 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/7552>
3. Кадничанская М. И. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов несоциологических направлений и специальностей очной и заочной формы обучения . Часть 1 / М. И. Кадничанская, Е. П. Галкина, Н. В. Власова; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 572 КБ). - Текст : электронный.- URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/6831>

Согласовано:

Главный библиотекарь ООП _____ / Шевякова И.Н. _____ /

Александр Н.О.С. 23

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Приложение 2.

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ MicrosoftOffice.
- Система «Антиплагиат.ВУЗ»

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. /  / 19.05.2023
Должность сотрудника УИИТ / ФИО / подпись / дата