


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. 20 23 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 15.05. 20 24 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
3	Внесение изменений в п.п. а) список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Самарцев О. Р.		15.05.2024
4	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.		15.05.2024

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
<b>УК-2</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач</p>
<b>ПК-1</b> Способен хранить музейные и архивные предметы и осуществлять контроль за их движением	<p><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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	
<b>Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения маркетинга</b> 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
<b>Раздел 2.</b> <b>Эмпирический раздел</b> 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
<b>ИТОГО</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>36</b>	

## 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> )
<b>Раздел 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения в маркетинге</b> 1. Роль социологии в маркетинговых исследованиях	<ul style="list-style-type: none"> <li>• подготовка вопросов из блока А (1-5) темы 1</li> <li>• подготовка задания №1</li> <li>• подготовка реферата по теме</li> </ul>	6	устный опрос проверка выполнения задания, реферата
2. Виды маркетинговых исследований	<ul style="list-style-type: none"> <li>• подготовка вопросов из блока А (1-76) темы 2</li> <li>• подготовка реферата по</li> </ul>	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"> <li>• подготовка вопросов из блока А (1-6) темы 3.</li> <li>• подготовка задания №2</li> <li>• подготовка реферата по теме</li> </ul>	6	устный опрос проверка выполнения задания, реферата
4. Инструментарий и техника качественных исследований	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка вопросов из блока А (1-5) темы 4.</li> <li>• подготовка задания №4</li> <li>• подготовка реферата по теме</li> </ul>	6	устный опрос проверка выполнения задания, реферата
<b>Раздел 2.</b> <b>Эмпирический раздел</b> 5.Маркетинговые исследования конкурентов и потребителей	<ul style="list-style-type: none"> <li>• подготовка вопросов из блока А (1-4) темы 5</li> <li>• подготовка задания №3</li> </ul>	6	устный опрос проверка выполнения задания
6. Организация маркетингового исследования	<ul style="list-style-type: none"> <li>• подготовка вопросов из блока А (1-4) темы 6</li> <li>• подготовка реферата по теме</li> </ul>	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. Характеризуйте 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

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* 11.05.23  
\_\_\_\_\_  
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

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. 2024. – 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. 2024. – 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, 2024. — 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, 2024. — 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, 2024. — 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, 2024. — 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 в маркетинге : учебно-методические рекомендации для студентов несоциологических направлений и специальностей очной и заочной форм обучения / М. И. Кадничанская ; УлГУ, ФГНиСТ, Каф. психологии и педагогики. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 487 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. URL: <https://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8513>
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. -

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

Электрон. текстовые дан. (1 файл : 572 КБ). - Текст : электронный.-  
URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/6831>

Согласовано:

Главный редактор / Мамаева Е.П. /  / 2024  
 Должность сотрудника Научной библиотеки / ФИО / подпись / дата

Приложение 2

### б) Программное обеспечение:

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

*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, [2024]. – 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, [2024]. - 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, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.


1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - 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, [2024].

3. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

#### 4. Федеральная государственная информационная система «Национальная



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

**электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – 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.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024