

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.02.2021 09:57:50

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Социологии и психологии

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.В.17 Социологическое исследование рынков
Основная профессиональная образовательная программа	39.03.01 Социология программа Экономическая социология

Методический отдел УМУ

« 16 » 04 2020 г.
Сахарова / Сахарова С.А.

Научная библиотека СГЭУ

« 22 » 04 2020 г.
Ашмарина / Ашмарина

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Социологии и психологии
(протокол № 7 от 10.03.2020г.)

Зав. кафедрой Звоновский /В.Б. Звоновский/

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Социологическое исследование рынков входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Этносоциология, Теория измерений в социологии, Проектирование исследования по экономической социологии, Социология конфликта, Социология массовых коммуникаций, Культурология, Политология, Адаптация лиц с ОВЗ, Социология культуры, Социология девиантного поведения, Экология, Технологические основы производства, Организация и проведение социологического исследования, Социология в управленческом консультировании

Последующие дисциплины по связям компетенций: Актуальные проблемы социологической науки и практики, Социология города

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Социологическое исследование рынков в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК УВ-3 - Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с применением современной аппаратуры, оборудования, ИКТ

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПК УВ-3 ИДК1 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии	ПК УВ3з1: Знать теоретические основы социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания	ПК УВ3у1: Уметь использовать знания социальных наук для формулировки задач исследования	ПК УВ3в1: Владеть способностью анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту
ПК УВ-3 ИДК2 Способен решать конкретные задачи научных исследований с помощью современных исследовательских методов с применением современной аппаратуры, оборудования, ИКТ	ПК УВ3з2: Знать требования законодательства Российской Федерации и Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR) к хранению персональных,	ПК УВ3у2: Уметь использовать технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного	ПК УВ3в2: Владеть способностью использовать сетевые технологии, создавать интернет-ресурсы, редактировать их, пользоваться удаленными ресурсами

	конфиденциальных данных	мнения и рынков (ESOMAR)	
<p>ПК УВ-3 ИДК3</p> <p>Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии</p> <p>Способен решать конкретные задачи научных исследований с помощью современных исследовательских методов с применением современной аппаратуры, оборудования, ИКТ</p>	<p>ПК УВ3з3:</p> <p>Теоретические основы социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания</p> <p>Требования законодательства Российской Федерации и Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR) к хранению персональных, – конфиденциальных данных</p>	<p>ПК УВ3у3:</p> <p>Использовать знания социальных наук для формулировки задач исследования</p> <p>Использовать технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR);</p>	<p>ПК УВ3в3:</p> <p>Способностью анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту</p> <p>Способностью использовать сетевые технологии, создавать интернет-ресурсы, редактировать их, пользоваться удаленными ресурсами</p>

ПК УВ-4 - Способен разрабатывать на основе проведенных социологических исследований предложения и рекомендации по решению социальных проблем, согласованию интересов социальных групп и общностей, идентификации потребностей и интересов социальных групп

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
<p>ПК УВ-4 ИДК1</p> <p>Способен к описанию проблемной ситуации в социальной,</p>	<p>ПК УВ4з1: Знать социологические теории и методы</p>	<p>ПК УВ4у1: Уметь использовать в профессиональной деятельности</p>	<p>ПК УВ4в1: Владеть способностью использовать положения социологической теории и</p>

культурной, экономической, политической сфере общественной жизни		базовые и профессионально профилированные знания различных наук	методы социальных наук применительно к задачам исследования социальных общностей, институтов и процессов, явлений, общественного мнения и решать их с применением адекватной аппаратуры, оборудования, информационных технологий
ПК УВ-4 ИДК2 Способен разрабатывать рекомендации по решению проблемной ситуации в социальной, культурной, экономической, политической сфере общественной жизни	ПК УВ4з2: Знать закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания	ПК УВ4у2: Уметь составлять и оформлять техническую документацию по исследованию, интерпретировать профессиональные термины и понятия	ПК УВ4в2: Владеть способностью выстраивать межличностное взаимодействие с представителем заказчика социологического и маркетингового исследования
ПК УВ-4 ИДК3 Способен к описанию проблемной ситуации в социальной, культурной, экономической, политической сфере общественной жизни Способен разрабатывать рекомендации по решению проблемной ситуации в социальной, культурной, экономической, политической сфере общественной жизни	ПК УВ4з3: Социологические теории и методы Закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания	ПК УВ4у3: Использовать в профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания различных наук Составлять и оформлять техническую документацию по исследованию, интерпретировать профессиональные термины и понятия	ПК УВ4в3: Способностью использовать положения социологической теории и методы социальных наук применительно к задачам исследования социальных общностей, институтов и процессов, явлений, общественного мнения и решать их с применением адекватной аппаратуры, оборудования, информационных технологий Способностью выстраивать межличностное взаимодействие с представителем заказчика социологического и маркетингового исследования

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	55.15/1.53
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	36/1
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0

Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	43.85/1.22
Промежуточная аттестация	9/0.25
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	13.15/0.37
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	92.85/2.58
Промежуточная аттестация	2/0.06
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Социологическое исследование рынков представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
	Практич. занятия						
1.	Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке	9	18			21	ПК УВ-3 ИДК 1, ПК УВ-3 ИДК 2, ПК УВ-3 ИДК3, ПК УВ-4 ИДК1, ПК УВ-4 ИДК2, ПК УВ-4 ИДК3
2.	Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений	9	18			22.85	ПК УВ-3 ИДК 1, ПК УВ-3 ИДК 2, ПК УВ-3 ИДК3, ПК УВ-4 ИДК1, ПК УВ-4 ИДК2, ПК УВ-4 ИДК3
	Контроль	9					
	Итого	18	36	0.15	1	43.85	

заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					
1.	Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке	2	4			46	ПК УВ-3 ИДК 1, ПК УВ-3 ИДК 2, ПК УВ-3 ИДК3, ПК УВ-4 ИДК1, ПК УВ-4 ИДК2, ПК УВ-4 ИДК3	
2.	Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений	2	4			46.85	ПК УВ-3 ИДК 1, ПК УВ-3 ИДК 2, ПК УВ-3 ИДК3, ПК УВ-4 ИДК1, ПК УВ-4 ИДК2, ПК УВ-4 ИДК3	
	Контроль	2						
	Итого	4	8	0.15	1	92.85		

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке	лекция	Рынок как форма хозяйства
		лекция	Государственное и социальное регулирование рыночного обмена
		лекция	Рынок как механизм координации деятельности
		лекция	Механизмы саморегулирования рынка
		лекция	Рынок как организационное поле
		лекция	Рынок как цепь поставок
		лекция	Рынок как совокупность сделок
		лекция	Властная асимметрия в рыночном обмене
2.	Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений	лекция	Рынок как сфера действия конкуренции
		лекция	Формализация правил и издержки легализации бизнеса
		лекция	Регулирование интернет-торговли
		лекция	Защита интеллектуальных прав собственности
		лекция	Развитие безналичных платежей
		лекция	Вмешательство государства в рыночные отношения

		лекция	Иностранный капитал на национальных потребительских рынках
		лекция	Проблема «естественного монополизма»
		лекция	Подходы к анализу социальных масс
		лекция	Специфика менеджмента в государственных корпорациях

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке	практическое занятие	Рынок как форма хозяйства
		практическое занятие	Государственное и социальное регулирование рыночного обмена
		практическое занятие	Рынок как механизм координации деятельности
		практическое занятие	Механизмы саморегулирования рынка
		практическое занятие	Рынок как организационное поле
		практическое занятие	Рынок как цепь поставок
		практическое занятие	Рынок как совокупность сделок
		практическое занятие	Властная асимметрия в рыночном обмене
		практическое занятие	Рынок как сфера действия конкуренции
2.	Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений	практическое занятие	Формализация правил и издержки легализации бизнеса
		практическое занятие	Регулирование интернет-торговли
		практическое занятие	Защита интеллектуальных прав собственности
		практическое занятие	Развитие безналичных платежей
		практическое занятие	Вмешательство государства в рыночные отношения
		практическое занятие	Иностранный капитал на национальных потребительских рынках
		практическое занятие	Проблема «естественного монополизма»
		практическое занятие	Подходы к анализу социальных масс
		практическое занятие	Специфика менеджмента в государственных корпорациях

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Зарубина, Н. Н. Экономическая социология : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Зарубина. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 378 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00974-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432775>
2. Касьянов, В. В. Социология для экономистов : учебное пособие для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, С. А. Мерзаканов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 196 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11436-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/445289>

Дополнительная литература

1. Глотов, М. Б. Социологическое исследование экономических и политических процессов : учебное пособие для академического бакалавриата / М. Б. Глотов. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 131 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-09523-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/428055>
2. Зарубина, Н. Н. Экономическая социология : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Зарубина. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 378 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00974-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432775>

Литература для самостоятельного изучения

1. Автономов В. С. Человек в зеркале экономической теории (Очерк истории западной экономической мысли). М.: Наука, 1993.
2. Анализ рынков в современной экономической социологии / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: ГУ-ВШЭ, 2007

3. Бурдые П. Поле экономики // Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики / Под ред. Н.А.Шматко. М.: Алетейя, 2005. С. 129-176.
4. Гальперин В.М., Игнатъев С.М., Моргунов В.И. Конкуренция? Соперничество? Соревнование? // Микроэкономика. СПб.: Экономическая школа, 2002.
5. Гусева А. Входя в красную зону: рождение рынка кредитных карт в посткоммунистической России // Экономическая социология. 2012. Т. 12. № 5. С. 30–53.
6. Димаджио П. Дж., Пауэлл У. В. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях // Экономическая социология. Том 11. № 1. 2010. С. 34-56
7. Доморацкая Ю. В. Выбор потребителями торговых форматов в сфере продуктов питания в современной России // Экономическая социология. Том 13. № 1. 2012. С. 46–66.
8. Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и научн. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004
9. Келли К. Анализ платы за торговое место на рынке продовольственных товаров: конкурентный подход. Экономическая политика. 2008, № 5. С. 160-176.
10. Косенков Д. Что мешает развитию интернет-торговли // Retail and Loyalty. 2012. № 5. С. 29–31.
11. Котельникова З. В. Особенности развития розничных сетей и торговых форматов в продовольственном секторе российской торговли в 2000-х годах (региональный аспект) // Мир России. 2009. № 3. С. 151-172
12. Кузина О. Е. Поведение потребителей на рынке розничных платежей // Банковское дело. 2011. № 10. С. 70-75.
13. Радаев В.В. Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2011.
14. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ-ВШЭ, 2003.
15. Слейтер Д. Забирая рынок у экономистов // Экономическая социология. 2008. Т. 9. № 2 С. 29–45.
16. Флигстин Н. Государство, рынки и экономический рост // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 2. С. 41–60.
17. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: Реориентация теории стоимости. М.: Экономика, 1996.
18. Яковлев А. Российская корпорация и региональные власти: модели взаимоотношений и их эволюция // Вопросы экономики. 2007. № 1. С. 124-139

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Социологическое исследование рынков:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

**6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК УВ-3 - Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с применением современной аппаратуры, оборудования, ИКТ

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформированности	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПК УВ-3 ИДК1 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии	Пороговый	ПК УВ3з1: Знать теоретические основы социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания	ПК УВ3у1: Уметь использовать знания социальных наук для формулировки задач исследования	ПК УВ3в1: Владеть способностью анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту
ПК УВ-3 ИДК2 Способен решать конкретные задачи научных исследований с помощью современных исследовательских методов с применением современной аппаратуры, оборудования, ИКТ	Базовый	ПК УВ3з2: Знать требования законодательства Российской Федерации и Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR) к хранению персональных, конфиденциальных данных	ПК УВ3у2: Уметь использовать технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами Международной организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR)	ПК УВ3в2: Владеть способностью использовать сетевые технологии, создавать интернет-ресурсы, редактировать их, пользоваться удаленными ресурсами
ПК УВ-3 ИДК3 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии Способен решать конкретные задачи научных исследований с помощью	Повышенный	ПК УВ3з3: Теоретические основы социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания Требования законодательства Российской Федерации и Международной организации по	ПК УВ3у3: Использовать знания социальных наук для формулировки задач исследования Использовать технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами Международной	ПК УВ3в3: Способностью анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту Способностью использовать сетевые технологии, создавать интернет-ресурсы, редактировать их,

современных исследовательских методов с применением современной аппаратуры, оборудования, ИКТ		стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR) к хранению персональных, – конфиденциальных данных	организации по стандартизации (ИСО) и Европейской Ассоциации исследователей общественного мнения и рынков (ESOMAR);	пользоваться удаленными ресурсами
---	--	--	---	-----------------------------------

ПК УВ-4 - Способен разрабатывать на основе проведенных социологических исследований предложения и рекомендации по решению социальных проблем, согласованию интересов социальных групп и общностей, идентификации потребностей и интересов социальных групп

Планируемые результаты обучения по программе

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Описание ИДК	Уровень сформированности	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ПК УВ-4 ИДК1 Способен к описанию проблемной ситуации в социальной, культурной, экономической, политической сфере общественной жизни	Пороговый	ПК УВ4з1: Знать социологические теории и методы	ПК УВ4у1: Уметь использовать в профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания различных наук	ПК УВ4в1: Владеть способностью использовать положения социологической теории и методы социальных наук применительно к задачам исследования социальных общностей, институтов и процессов, явлений, общественного мнения и решать их с применением адекватной аппаратуры, оборудования, информационных технологий
ПК УВ-4 ИДК2 Способен разрабатывать рекомендации по решению проблемной ситуации в социальной, культурной, экономической, политической сфере общественной жизни	Базовый	ПК УВ4з2: Знать закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания	ПК УВ4у2: Уметь составлять и оформлять техническую документацию по исследованию, интерпретировать профессиональные термины и понятия	ПК УВ4в2: Владеть способностью выстраивать межличностное взаимодействие с представителем заказчика социологического и маркетингового исследования

<p>ПК УВ-4 ИДКЗ</p> <p>Способен к описанию проблемной ситуации в социальной, культурной, экономической, политической сфере общественной жизни</p> <p>Способен разрабатывать рекомендации по решению проблемной ситуации в социальной, культурной, экономической, политической сфере общественной жизни</p>	Повышенный	<p>ПК УВ4з3:</p> <p>Социологические теории и методы</p> <p>Закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания</p>	<p>ПК УВ4у3:</p> <p>Использовать в профессиональной деятельности базовые и профессионально профилированные знания различных наук</p> <p>Составлять и оформлять техническую документацию по исследованию, интерпретировать профессиональные термины и понятия</p>	<p>ПК УВ4в3:</p> <p>Способностью использовать положения социологической теории и методы социальных наук применительно к задачам исследования социальных общностей, институтов и процессов, явлений, общественного мнения и решать их с применением адекватной аппаратуры, оборудования, информационных технологий</p> <p>Способностью выстраивать межличностное взаимодействие с представителем заказчика социологического и маркетингового исследования</p>

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный

1.	Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке	ПК УВ-3 ИДК 1, ПК УВ-3 ИДК 2, ПК УВ-3 ИДК3, ПК УВ-4 ИДК1, ПК УВ-4 ИДК2, ПК УВ-4 ИДК3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	зачет
2.	Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений	ПК УВ-3 ИДК 1, ПК УВ-3 ИДК 2, ПК УВ-3 ИДК3, ПК УВ-4 ИДК1, ПК УВ-4 ИДК2, ПК УВ-4 ИДК3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	зачет

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие значения вкладываются в понятие рынка? 2. Из каких основных элементов складывается исходное определение рынка? 3. Каковы первичные формы рыночного обмена, как они развивались? 4. Чем отличается рынок от других исторических форм интеграции хозяйства? 5. Почему рыночная форма хозяйства не может стать всеобщей? 6. В чем состоит специфика позиции государства в его отношениях с участниками рынка? 7. Каковы различия государственного и социального регулирования рынка? 8. Чем отличается модельный подход от исторического подхода? 9. На какие предпосылки опирается исходная модель рынка в неоклассической экономической теории? 10. Как эти предпосылки ревизовались в рамках современной экономической теории? 11. В чем заключается специфика исходных предпосылок к построению моделей рынка в экономической социологии? 12. Какими экономико-социологическими элементами дополняется родовое понятие рынка? 13. Что представляет собой рынок как организационное поле? 14. Чем различаются структурный и интеракционистский подходы к анализу организационного поля? 15. Как складывается и поддерживается иерархия участников рынка? 16. Возможно ли преодоление мультипарадигмальности экономической социологии? 17. Каковы способы интеграции разных теоретических подходов? 18. Как формируется цепь поставок? 19. Как определить границы и круг участников рынка? 20. Откуда возникает властная асимметрия в рыночном обмене?

<p>Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Из каких элементов складывается общее понятие конкуренции? 2. Что лежит в основе изменения конкурентной ситуации? 3. В чем состоят различия между моделями совершенной, несовершенной и динамической конкуренции? 4. В чем заключается смысл конкуренции как социально укорененного процесса? 5. Как происходит поддержание границ в процессе конкуренции? 6. Как соотносятся издержки легальных, полуправовых и нелегальных деловых схем? 7. Как происходит упрощение формальных правил в реальных деловых практиках? 8. Как устанавливаются параллельные институциональные режимы? 9. Как достигаются институциональные компромиссы между бизнесом и властью? 10. Как обеспечивается баланс интереса, принуждения и доверия в процессе легализации? 11. По каким признакам можно выделять теневых участников рынка? 12. Какова специфика деятельности интернет-магазинов? 13. Каковы противоречия и ограничения ускоренного развития трансграничной интернет-торговли? 14. Чем вызвана широкая и устойчивая ценовая сегментация в интернет-торговле потребительскими товарами? 15. Каковы наиболее эффективные способы регулирования трансграничных товарных потоков в отношении физических лиц? 16. Какие значения вкладываются в понятие «серый импорт»? 17. Что становится объектом подделок? 18. Почему правообладатели не столь активны в борьбе с контрафактом? 19. Каково влияние параллельного импорта на разные виды конкуренции? 20. Каковы основные этапы возникновения российского рынка пластиковых карт?
--	--

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
<p>Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие значения вкладываются в понятие рынка? 2. Из каких основных элементов складывается исходное определение рынка? 3. Каковы первичные формы рыночного обмена, как они развивались? 4. Чем отличается рынок от других исторических форм интеграции хозяйства? 5. Почему рыночная форма хозяйства не может стать всеобщей? 6. В чем состоит специфика позиции государства в его отношениях с участниками рынка? 7. Каковы различия государственного и социального регулирования рынка?

	<p>8. Чем отличается модельный подход от исторического подхода?</p> <p>9. На какие предпосылки опирается исходная модель рынка в неоклассической экономической теории?</p> <p>10. Как эти предпосылки ревизовались в рамках современной экономической теории?</p> <p>11. В чем заключается специфика исходных предпосылок к построению моделей рынка в экономической социологии?</p> <p>12. Какими экономико-социологическими элементами дополняется родовое понятие рынка?</p> <p>13. Что представляет собой рынок как организационное поле?</p> <p>14. Чем различаются структурный и интеракционистский подходы к анализу организационного поля?</p> <p>15. Как складывается и поддерживается иерархия участников рынка?</p> <p>16. Возможно ли преодоление мультипарадигмальности экономической социологии?</p> <p>17. Каковы способы интеграции разных теоретических подходов?</p> <p>18. Как формируется цепь поставок?</p> <p>19. Как определить границы и круг участников рынка?</p> <p>20. Откуда возникает властная асимметрия в рыночном обмене?</p>
<p>Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений</p>	<p>1. Из каких элементов складывается общее понятие конкуренции?</p> <p>2. Что лежит в основе изменения конкурентной ситуации?</p> <p>3. В чем состоят различия между моделями совершенной, несовершенной и динамической конкуренции?</p> <p>4. В чем заключается смысл конкуренции как социально укорененного процесса?</p> <p>5. Как происходит поддержание границ в процессе конкуренции?</p> <p>6. Как соотносятся издержки легальных, полунелегальных и нелегальных деловых схем?</p> <p>7. Как происходит упрощение формальных правил в реальных деловых практиках?</p> <p>8. Как устанавливаются параллельные институциональные режимы?</p> <p>9. Как достигаются институциональные компромиссы между бизнесом и властью?</p> <p>10. Как обеспечивается баланс интереса, принуждения и доверия в процессе легализации?</p> <p>11. По каким признакам можно выделять теневых участников рынка?</p> <p>12. Какова специфика деятельности интернет-магазинов?</p> <p>13. Каковы противоречия и ограничения ускоренного развития трансграничной интернет-торговли?</p> <p>14. Чем вызвана широкая и устойчивая ценовая сегментация в интернет-торговле потребительскими товарами?</p> <p>15. Каковы наиболее эффективные способы регулирования трансграничных товарных потоков в отношении физических лиц?</p> <p>16. Какие значения вкладываются в понятие «серый импорт»?</p>

- | | |
|--|---|
| | <p>17. Что становится объектом подделок?</p> <p>18. Почему правообладатели не столь активны в борьбе с контрафактом?</p> <p>19. Каково влияние параллельного импорта на разные виды конкуренции?</p> <p>20. Каковы основные этапы возникновения российского рынка пластиковых карт?</p> |
|--|---|

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций

Размещены в ЭИОС СГЭУ <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Внешнюю периферию рынка труда составляют

- работники, не числящиеся в списках занятых предприятия, привлекаемые со стороны
- работники, занятые неполное рабочее время
- ученики и стажеры
- работники, трудящиеся в режиме полной занятости

«Человеческий капитал» состоит из

- специальных знаний, умений и навыков, необходимых для работы в конкретной фирме
- специальных знаний, умений и навыков, повышающих конкурентоспособность работника на внешнем рынке труда
- общепрофессиональных и специальных умений
- общепрофессиональных знаний, умений и навыков, получаемых человеком в процессе обучения

«Экономический человек» характеризуется

- альтруизмом
- отсутствием информации о рынке труда
- рациональностью поведения на рынке труда
- ориентацией на микросоциум

«Ядро» рынка труда составляют

- лица, занятые по краткосрочным договорам
- штатные работники, занятые на условиях длительного найма, имеющие - полный рабочий день и полную рабочую неделю
- работники, работающие неполное время
- лица, занятые в домашнем хозяйстве

Внутренний процесс сознательного выбора человеком того или иного типа поведения, определяемого комплексом воздействия внешних и внутренних факторов, - это

- мотивация
- стимул
- мотивировка
- мотив

Внутренний рынок труда - это рынок труда

- какого-либо государства
- создаваемый предприятием, где порядок трудовой деятельности устанавливается административными формальными и неформальными правилами
- какого-либо региона (муниципалитета) государства
- существующий вне поля деятельности какого-либо предприятия (фирмы)

Занятость, не зарегистрированная в официальной экономике, имеющая источником рабочих мест неформальный сектор экономики и отдельные его виды, - это __ занятость

- гибкая
- неполная
- типичная
- неформальная

Занятость, предполагающая постоянную работу наемного работника у одного работодателя в его производственном помещении при стандартной нагрузке в течение дня, недели, года, - это занятость

- эффективная
- рациональная
- стандартная (типичная)
- формальная

Заработная плата рыночного равновесия формируется при

- превышении предложения труда над его спросом
- совпадении спроса на рабочую силу и ее предложения
- безработице
- превышении спроса на рабочую силу над ее предложением

Идея о том, что среди возможных альтернатив действия человек выбирает то, что, согласно его ожиданиям, наилучшим образом соответствует его интересам при условии заданности его личных предпочтений и ограничений внешней среды, развивается в

- бихевиоризме
- экономическом империализме
- теориях рационального выбора
- институционализме

Индивидуальная способность к труду, которая слита с живой личностью человека и выступает его важнейшим атрибутивным свойством; потенциальная производительная сила - это

- человеческий капитал
- человеческие ресурсы
- рабочая сила
- трудовые ресурсы

К критериям конкурентного рынка труда не относится

- большое число работодателей, конкурирующих за наем работников
- отсутствие контроля со стороны работников в определении заработной платы
- контроль со стороны работодателя в определении заработной платы
- многочисленные квалифицированные работники, предлагающие свои услуги

К незанятому населению не относятся

- вынужденно незанятые граждане, ищущие работу самостоятельно
- добровольно незанятые граждане, живущие на средства одного из супругов, родителей и др.
- учащиеся
- вынужденно незанятые граждане, ищущие работу с помощью служб занятости

К особенностям рынка труда относится

- незначимость для работника и работодателя неденежных аспектов сделки
- краткосрочный характер взаимодействия продавца (работника) и покупателя (работодателя) товара (рабочей силы)
- низкая степень индивидуализации сделок по купле-продаже рабочей силы
- неотделимость прав собственности на товар - рабочую силу - от владельца

К предметным областям экономической социологии не относится социология

- города и села
- рынка труда
- товарных рынков
- финансовых рынков

К признакам первичного рынка труда относят(ят)ся

- высокая заработная плата

- отсутствие социальных льгот
- неблагоприятные условия труда
- высокая текучесть кадров

К социальным регуляторам рынка труда не относи(я)тся

- заинтересованные действия других агентов
- соотношение спроса и предложения
- традиции, социальные нормы
- законодательные акты

К условиям монополистического рынка труда относятся следующие обстоятельства

- малый город, где спрос на рабочую силу со стороны единственного предприятия-работодателя превышает предложение рабочей силы
- крупный город с несколькими предприятиями-работодателями
- малый город с несколькими предприятиями-работодателями
- малый город (или отдаленная территория) с одним крупным предприятием-работодателем

К формам занятости не относится занятость

- по найму
- сезонная
- полная
- в отраслях экономики

К функциям государства на рынке не относится

- обеспечение 100%-ой занятости трудоспособного населения
- перераспределение ресурсов и доходов в целях производства общественных благ
- утверждение формальных правил, в рамках которых осуществляется хозяйственная деятельность
- поддержание формального порядка через осуществление монопольного ---права на легитимное насилие в пределах данной территории

К частичной (неполной) занятости не относится

- альтернативный режим рабочего времени
- занятость неполное рабочее время
- случайная занятость
- сжатая неполная рабочая неделя

Конъюнктура рынка труда трудodefицитного типа характеризуется

- равновесным состоянием спроса и предложения на рынке труда
- недостатком предложения рабочей силы
- уменьшением спроса на рабочую силу
- безработицей

Механизм трудовой мотивации не включает

- удовлетворенность трудом
- включенность в трудовую деятельность
- трудовое поведение
- стимулирование труда

Модель государства, минимально вмешивающегося в рыночные процессы и выступающего в качестве внешнего арбитра, - это государство

- социальное
- как «конфигуратор рынка»
- как «единый народнохозяйственный центр»
- как «ночной сторож»

Модель двусторонней монополии предполагает

- наличие сильных профсоюзов (продавец труда), влияющих на оплату труда, и монополиста-работодателя, воздействующего на зарплату путем изменения занятости
- доминирование на рынке труда профсоюзов, выражающих интересы работников
- баланс интересов работодателей и работников
- доминирование на рынке труда предприятий-работодателей

Обеспечение нормального уровня доходов и благосостояния людей, нормального уровня воспроизводства трудовых ресурсов - это __ функция рынка труда

- социальная
- производственная
- стимулирующая
- экономическая

По временным параметрам выделяют __ рынок труда

- текущий
- национальный
- внешний
- гибкий

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Основные подходы к осмыслению понятия рынка в социологической науке	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие значения вкладываются в понятие рынка? 2. Из каких основных элементов складывается исходное определение рынка? 3. Каковы первичные формы рыночного обмена, как они развивались? 4. Чем отличается рынок от других исторических форм интеграции хозяйства? 5. Почему рыночная форма хозяйства не может стать всеобщей? 6. В чем состоит специфика позиции государства в его отношениях с участниками рынка? 7. Каковы различия государственного и социального регулирования рынка? 8. Чем отличается модельный подход от исторического подхода? 9. На какие предпосылки опирается исходная модель рынка в неоклассической экономической теории? 10. Как эти предпосылки ревизовались в рамках современной экономической теории? 11. В чем заключается специфика исходных предпосылок к построению моделей рынка в экономической социологии? 12. Какими экономико-социологическими элементами дополняется родовое понятие рынка? 13. Что представляет собой рынок как организационное поле? 14. Чем различаются структурный и интеракционистский подходы к анализу организационного поля? 15. Как складывается и поддерживается иерархия участников рынка? 16. Возможно ли преодоление мультипарадигмальности экономической социологии?

	<p>17. Каковы способы интеграции разных теоретических подходов?</p> <p>18. Как формируется цепь поставок?</p> <p>19. Как определить границы и круг участников рынка?</p> <p>20. Откуда возникает властная асимметрия в рыночном обмене?</p>
Анализ современных потребительских рынков и основных акторов рыночных отношений	<p>1. Из каких элементов складывается общее понятие конкуренции?</p> <p>2. Что лежит в основе изменения конкурентной ситуации?</p> <p>3. В чем состоят различия между моделями совершенной, несовершенной и динамической конкуренции?</p> <p>4. В чем заключается смысл конкуренции как социально укорененного процесса?</p> <p>5. Как происходит поддержание границ в процессе конкуренции?</p> <p>6. Как соотносятся издержки легальных, полуправовых и нелегальных деловых схем?</p> <p>7. Как происходит упрощение формальных правил в реальных деловых практиках?</p> <p>8. Как устанавливаются параллельные институциональные режимы?</p> <p>9. Как достигаются институциональные компромиссы между бизнесом и властью?</p> <p>10. Как обеспечивается баланс интереса, принуждения и доверия в процессе легализации?</p> <p>11. По каким признакам можно выделять теневых участников рынка?</p> <p>12. Какова специфика деятельности интернет-магазинов?</p> <p>13. Каковы противоречия и ограничения ускоренного развития трансграничной интернет-торговли?</p> <p>14. Чем вызвана широкая и устойчивая ценовая сегментация в интернет-торговле потребительскими товарами?</p> <p>15. Каковы наиболее эффективные способы регулирования трансграничных товарных потоков в отношении физических лиц?</p> <p>16. Какие значения вкладываются в понятие «серый импорт»?</p> <p>17. Что становится объектом подделок?</p> <p>18. Почему правообладатели не столь активны в борьбе с контрафактом?</p> <p>19. Каково влияние параллельного импорта на разные виды конкуренции?</p> <p>20. Каковы основные этапы возникновения российского рынка пластиковых карт?</p>

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК УВ-3 ИДК 1, ПК УВ-4 ИДК 1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне

