



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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института цифровых

технологий и экономики

Наименование института

_____ Э.И. Беляев
«30» мая _____ 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.01.01.04 Организация социологических и маркетинговых служб

Направление подготовки _____ 39.03.01 Социология _____

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

Квалификация _____ Бакалавр _____

Программу разработал(и):

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

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

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Организация социологических и маркетинговых служб» является приобретение знаний в области организации, проектирования работы социологической и маркетинговой службы на предприятии энергетической отрасли.

Задачами дисциплины являются:

- получение систематизированного представления о содержании и принципах функционирования социологических и маркетинговых служб на предприятии;
- знакомство обучающихся с основными задачами и функциями подразделений социологической службы и службы маркетинга на энергопредприятии;
- овладение навыками в процессе практического применения знаний и методов в области построения социологических и маркетинговых подразделений на энергопредприятии.

Компетенции и индикаторы, формируемые у обучающихся:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора
ПК-1 Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения	ПК-1.2 Готовит методические документы для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей ПК-1.3 Готовит полный комплект отчетных материалов по этапу сбора информации
ПК-2 Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования	ПК-2.3 Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования
ПК-5 Способен предлагать экономически обоснованные решения профессиональных организационно-управленческих задач	ПК-5.3 Анализирует рынки, бизнес-процессы и риски организации

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

Социально-экономическое прогнозирование и проектирование; Подготовка и проведение социологического и маркетингового исследования; Социологические методы формирования маркетинговых стратегий; Социологическое сопровождение маркетинговых кампаний; Теория измерений в социологии и маркетинге; Социология маркетинговых коммуникаций; Международная практика маркетинговых и социологических исследований; Социология организаций и управления; Социально-экономическое управление маркетингом; Социально-экономические проблемы предприятий в энергетической отрасли; Социология предпринимательства, финансово-экономического поведения и потребления; Социология брендов; Анализ рынков в социологических и маркетинговых исследованиях; Производственная практика (по получению профессиональных умений и навыков); Производственная практика (проектно-технологическая);

Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др
 Производственная практика (преддипломная); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр(ы)	
			7	8
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	10	360	144	216
КОНТАКТНАЯ РАБОТА*	-	166	60	106
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	3,2	116	44	72
Лекции	1,8	66	30	36
Практические (семинарские) занятия	1,4	50	14	36
Лабораторные работы	-	-	-	-
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	6,8	244	100	144
Проработка учебного материала	3,8	136	64	72
Курсовой проект	-	-	-	-
Курсовая работа	1	36	-	36
Подготовка к промежуточной аттестации	2	72	36	36
Промежуточная аттестация:			Э	Э
			-	КР

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр(ы)	
			5	5
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	10	360	180	180
КОНТАКТНАЯ РАБОТА	-	110	50	60
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	1,3	48	26	22
Лекции	0,6	24	18	6
Практические (семинарские) занятия	0,6	24	8	16
Лабораторные работы	-	-	-	-
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	8,7	312	154	158
Проработка учебного материала	7,2	258	145	113
Курсовой проект				0
Курсовая работа	1	36	-	36
Подготовка к промежуточной аттестации	0,5	18	9	9
Промежуточная аттестация:			Э	3
				КР

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Всего часов	Распределение трудоемкости по видам учебной работы				Формы и вид контроля	Индексы индикаторов формируемых компетенций
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
Раздел 1.	36	10		4	22	ТК1	ПК-5.3 З1, ПК-5.3 У1, ПК-5.3 В1
Раздел 2.	36	10		4	22	ТК2	ПК-1.2 З1, ПК-1.2 У1, ПК-1.2 В1 ПК-1.3 З1, ПК-1.3 У1, ПК-1.3 В1 ПК-2.3 З1, ПК-2.3 У1, ПК-2.3 В1
Раздел 3	36	10		6	20	ТК3	ПК-1.2 З1, ПК-1.2 У1, ПК-1.2 В1 ПК-1.3 З1, ПК-1.3 У1, ПК-1.3 В1
Экзамен	36				36	ОМ 1	ПК-5.3 З1, ПК-5.3 У1, ПК-5.3 В1, ПК-1.2 З1, ПК-1.2 У1, ПК-1.2 В1 ПК-1.3 З1, ПК-1.3 У1, ПК-1.3 В1, ПК-2.3 З1, ПК-2.3 У1, ПК-2.3 В1
Итого за 7 семестр	144	30		14	100		
Раздел 1.	48	12		12	24	ТК1	ПК-1.2 З1, ПК-1.2 У1, ПК-1.2 В1 ПК-1.3 З1, ПК-1.3 У1, ПК-1.3 В1 ПК-2.3 З1, ПК-2.3 У1, ПК-2.3 В1
Раздел 2.	48	12		12	24	ТК2	ПК-1.3 З1, ПК-1.3 У1, ПК-1.3 В1
Раздел 3.	48	12		12	24	ТК3	
Курсовая работа	36				36	ОМкр	ПК-2.3 З1, ПК-2.3 У1, ПК-2.3 В1, ПК-1.2 З1, ПК-1.2 У1, ПК-1.2 В1, ПК-1.3 З1, ПК-1.3 У1, ПК-1.3 В1
Экзамен	36				36	ОМ 2	
Итого за 8 семестр	216	36		36	144		
ИТОГО	360	66		50	244		

3.3. Содержание дисциплины

Семестр 7.

Раздел 1. Организация социологических и маркетинговых служб на предприятии энергетической отрасли

Тема 1.1. Организация как система и процесс.

Тема 1.2. Структура и признаки организации как системы и процесса.

Тема 1.3. Принципы построения маркетинговой службы предприятия.

Тема 1.4. Кадровое планирование социологических и маркетинговых служб.

Тема 1.5. Нормативно-методическое регулирование работы социологических и маркетинговых служб.

Раздел 2. Социологическая служба предприятия.

Тема 2.1. Задачи и функции социологической службы на предприятии.

Тема 2.2. Предназначение и функции маркетинговой службы на предприятии.

Тема 2.3. Требования к специалистам социологической службы

Раздел 3. Структура, способы формирования методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей.

Тема 3.1. Структура формирования методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации

Тема 3.2. Способы формирования методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей.

Семестр 8.

Раздел 4. Организация службы маркетинга. Структура и алгоритм формирования документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования.

Тема 4.1. Задачи и функции маркетинговой службы в организациях энергоотрасли.

Тема 4.2. Требования к специалистам маркетинговой службы.

Тема 4.3. Контроль деятельности маркетинговой службы предприятия.

Тема 4.4. Предназначение и функции маркетинговой службы на предприятии.

Тема 4.5. Организация маркетинговой службы на предприятии.

Тема 4.6. Структура и алгоритм формирования документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования.

Раздел 5. Управление маркетинговой и социологической службой на предприятии.

Тема 5.1. Организация бизнес-процессов на предприятии энергетической отрасли.

Тема 5.2. Организация управления службой маркетинга.

Тема 5.3. Контроль деятельности маркетинговой службы предприятия.

Тема 5.4. Планирование и контроллинг деятельности маркетинговой и социологической службы.

Раздел 6. Содержание и алгоритм формирования полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия.

Тема 6.1. Содержание полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для маркетинговых и социологических служб

Тема 6.2. Алгоритм формирования полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия.

3.4. Тематический план практических занятий

Комплект тем к Разделу 1.

1. Стадии, этапы, фазы, циклы организации как процесса.
2. Классификация процессов, протекающих в организациях.
3. Организация как система: понятие, миссия, структура.
4. Законы организации и их классификация. Закон синергии.
5. Модель организации как открытой системы. Концепция 7-S Т. Питерса и Р. Уотермана.
6. Разделение труда и специализация. Департаментализация.
7. Процесс формирования организационной структуры предприятия.
8. Схема организации службы маркетинга по функциональному принципу.
9. Схема организации службы маркетинга по товарному принципу.
10. Схема организации службы маркетинга по рыночному принципу.
11. Схема товарно-рыночной организации службы маркетинга.
12. Дивизионная организация службы маркетинга.
13. Достоинства и недостатки различных схем организации служб маркетинга.
14. Вертикальные маркетинговые системы.
15. Экономико-организационная модель формирования службы маркетинга на предприятии.
16. Положение о структурном подразделении.
17. Штатное расписание.
18. Коллективный договор.
19. Правила внутреннего трудового распорядка.
20. Должностная инструкция.
21. Социальная структура коллектива.
22. Формирование кадрового резерва.
23. Маркетинг персонала.
24. Нормативы по документированию, делопроизводству и хранению документов.
25. Виды документов и их классификация.
26. Классификаторы технико-экономической информации.

27. Понятие и принципы организации документооборота социологических и маркетинговых служб.

Комплект тем к Разделу 2.

1. Номенклатура дел социологических и маркетинговых служб.
2. Подготовка документов к дальнейшему хранению и использованию в работе социологических и маркетинговых служб.
3. Защита информации в документообороте социологических и маркетинговых служб.
4. Особенности работы с документами, содержащими коммерческую тайну.
5. История развития социологических служб в организации.
6. Роль социологической службы в деятельности предприятия.
7. Принципы построения организационных структур управления социологической службы.
8. Стратегическое планирование работы социологической службы.
9. Этапы формирования социологической службы на предприятии.
10. Организация прикладных социологических исследований.
11. Внутриорганизационная коммуникация социологической службы.
12. Пример положения о социологическом отделе.
13. Координация работы специалистов социологической службы.
14. Права социологической службы предприятия.
15. Профессиональный кодекс социолога.
16. Правила работы и этические нормы социолога (ИСПИ РАН). Этический кодекс Российского общества социологов (РОС).
17. Общие требования к специалистам социологической службы.
18. Требования к специалистам в области социологии: интервьюер, социолог, социолог-аналитик.
19. КРІ (ключевые показатели эффективности) специалиста социологической службы (на примере)
20. Подбор и обучение специалистов социологической службы.
21. Аутстаффинг и аутсорсинг специалистов социологической службы.
22. Мотивация персонала службы маркетинга.
23. Формы и методы повышения квалификации работников службы маркетинга.
24. История развития маркетинговых служб в организации.
25. Роль службы маркетинга в деятельности предприятия.
26. Основные требования при построении маркетинговых служб.
27. Принципы построения организационных структур управления маркетинговым отделом

Комплект тем к Разделу 3.

1. Стратегическое планирование работы маркетинговой службы.
2. Этапы формирования системы маркетинга на предприятии.
3. Организация маркетинговых исследований.
4. Внутриорганизационная коммуникация маркетинговой службы.
5. Пример положения об отделе маркетинга.

6. Организационная структура службы маркетинговых коммуникаций.
7. Взаимодействие службы маркетинга и других подразделений
8. Бюджет отдела маркетинга.
9. Внутриорганизационная коммуникация маркетинговой службы.
10. Типовое положение о службе маркетинга.
11. Управляющая и обслуживающая роль маркетингового подразделения.
12. Права службы маркетинга.
13. Ответственность службы маркетинга на предприятии.
14. Модель «4С» — модель эффективной организации маркетинга.

Комплект тем к Разделу 3.

1. Наименование должностей и требования к специалистам высшего стратегического уровня управления маркетингом
2. Наименование должностей и требования к специалистам среднего уровня управления маркетингом.
3. Наименование должностей и требования к специалистам оперативно-исполнительского уровня.
4. Наименование должностей и требования к специалистам технического уровня управления маркетингом.
5. Подбор и обучение персонала службы маркетинга.
6. Стандарты качества маркетинговых услуг.
7. Профессиональный кодекс в области маркетинга.
8. Этика маркетинговой деятельности.
9. КРІ (ключевые показатели эффективности) специалиста маркетинговой службы (на примере)
10. Аутстаффинг и аутсорсинг специалистов маркетинговой службы.
11. Координация работы специалистов социологической службы.
12. Мотивация персонала службы маркетинга.
13. Формы и методы повышения квалификации работников службы маркетинга.

Комплект тем к Разделу 4.

1. Виды маркетингового контроля.
2. Контроль реализации и анализ возможностей сбыта.
3. Контроль прибыльности и анализ маркетинговых затрат.
4. Стратегический контроль и ревизия маркетинга.
5. Критерии и показатели оценки эффективности службы маркетинга.
6. Маркетинг и контроллинг.
7. Внешний аудит маркетинга.
8. Оперативный контроль достижения маркетинговых задач.
9. Организационные отношения делегирование, полномочия, ответственность). Делегирование полномочий по уровням управления.
10. Организация контроллинга и мониторинга деятельности маркетинговой и социологической службы.
11. Инструментарий контроллинга деятельности маркетинговой и социологической службы.

12. Система планирования маркетинговой деятельностью на предприятии.
13. Виды маркетинговых планов на предприятии.
14. Распределение полномочий и ответственности на предприятии энергетической отрасли.
15. Планирование (ERP) и оптимизация управления ресурсами предприятий (MRP II).
16. Комплексное управление качеством (TQM).
17. Современные концепции управления маркетингом.
18. Стиль управления маркетингом.
19. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
20. Циклическое управление маркетингом.
21. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии.
22. Проблемы организационной структуры маркетинга.
23. Организация управления элементами маркетинга-микс.

Комплект тем к Разделу 6.

1. Организация и поддержка информационно-аналитической базы предприятия.
2. Схема циклического управления маркетингом.
3. Типы маркетингового контроля.
4. Контроллинг в маркетинге. Инструмент контроллинга.
5. Оценка эффективности деятельности маркетинговой службы на предприятии.
6. Модель «4С» — модель эффективной организации маркетинга.

3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работ не предусмотрен

3.6. Курсовой проект /курсовая работа

1. Концепция жизненного цикла товара.
2. Уникальное торговое предложение: анализ потребностей и способов их удовлетворения.
3. Позиционирование товара – придание товару определенного имиджа.
4. Ценообразование: принципы и методы.
5. Бренд: создание, продвижение, оценка стоимости.
6. Маркетинговый анализ.
7. Исследование продукта и его позиционирование на рынке.
8. Организация исследования рынка.
9. Организация, планирование и бюджет маркетинга на предприятии.
10. Проблемы товарной политики в России. (Специфика формирования товарной политики в России).
11. Специфика ценовой политики в России.
12. Маркетинговые коммуникации.
13. Логистика в маркетинге.
14. Интернет – маркетинг. (Мультимедиа технологии и концепция маркетинга)

- в среде Интернет. Использование Интернет в маркетинге).
15. Маркетинг персонала. Анализ рынков труда и источников привлечения персонала на примере конкретной фирмы.
 16. Современный маркетинг (маркетинг XXI века).
 17. Анализ потребительских рынков и поведение покупателей.
 18. Управление маркетинговыми программами.
 19. Сбор информации и оценка рыночного спроса.
 20. Проблемы конкуренции и их место в системе маркетинга
 21. Разработка маркетинговых стратегий.
 22. Идентификация рыночных сегментов и выбор целевых рынков.
 23. Разработка новых рыночных предложений.
 24. Разработка стратегии и программ ценообразования на предприятии.
 25. Управление оптовой и розничной торговли.
 26. Стимулирование сбыта на предприятии.
 27. Сегментирование рынка предприятия.
 28. Организация разработки рекламной компании.
 29. Маркетинговые стратегии конкурентной борьбы.
 30. Реализация маркетинговой стратегии и управление переменами в маркетинговой деятельности.

4. Оценивание результатов обучения

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

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено		не зачтено	
ПК-1	ПК-1.2	<p>знать:</p> <p>методические документы для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей (31)</p>	<p>Уровень знаний перечня и структуры методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и</p>	<p>Уровень знаний перечня и структуры методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и</p>	<p>Минимально допустимый уровень знаний перечня и структуры методических документов для проведения инструктажа</p>	<p>Уровень знаний перечня и структуры методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетингов</p>

			маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности и в процессе организации сбора данных при опросе общественно го мнения в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности и в процессе организации сбора данных при опросе общественно го мнения в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	а персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности и в процессе организации сбора данных при опросе общественно го мнения, имеет место много негрубых ошибок	ых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности и в процессе организации сбора данных при опросе общественно го мнения ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки
		уметь:				
		объяснить способы формирования методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного	Продемонстрированы все основные умения объяснения способов формирования методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественног	Продемонстрированы все основные умения объяснения способов формирования методических документов для проведения инструктажа а персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности и в процессе	Продемонстрированы основные умения объяснения способов формирования методических документов для проведения инструктажа а персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности и в процессе	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснения способов формирования методических документов для проведения инструктажа а персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности

		мнения (У ₁);	<i>о мнения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</i>	<i>организации сбора данных при опросе общественно го мнения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</i>	<i>организации сбора данных при опросе общественно го мнения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i>	<i>и в процессе организации сбора данных при опросе общественно го мнения, имеют место грубые ошибки</i>
		владеть:				
		навыками применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала социологическ их и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологическ ой деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения (В ₁).	<i>Продемонстрированы навыки применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала социологическ их и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологическ ой деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественног о мнения при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала социологическ их и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологическ ой деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественног о мнения при решении стандарт-ных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктаж а персонала социологическ их и маркетингов ых служб предприятия по сбору информации: интервьюеро в, кодировщико в, наблюдателе й в рамках социально-технологичес кой деятельности и в процессе организации сбора данных при опросе общественно го мнения для решения стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктаж а персонала социологическ их и маркетингов ых служб предприятия по сбору информации: интервьюеро в, кодировщиков, наблюдателе й в рамках социально-технологичес кой деятельности и в процессе организации сбора данных при опросе общественно го мнения, имеют место грубые ошибки</i>
	ПК-1.3	знать:				

		<p>перечень и содержание полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации (З1);</p>	<p>Уровень знаний перечня и содержания полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</p>	<p>Уровень знаний перечня и содержания полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</p>	<p>Минимально допустимый уровень знаний перечня и содержания полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации, имеет место много негрубых ошибок</p>	<p>Уровень знаний перечня и содержания полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</p>
<p>уметь:</p>						
		<p>объяснить алгоритм формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия (У1);</p>	<p>Продемонстрированы все основные умения объяснения алгоритма формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</p>	<p>Продемонстрированы все основные умения объяснения алгоритма формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</p>	<p>Продемонстрированы основные умения объяснения алгоритма формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</p>	<p>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснения алгоритма формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия, имеют место грубые ошибки</p>
<p>владеть:</p>						
		<p>- навыками применения формирования и подготовки полного комплекта отчетных</p>	<p>Продемонстрированы навыки применения формирования и подготовки полного комплекта</p>	<p>Продемонстрированы базовые навыки применения формирования и подготовки полного</p>	<p>Имеется минимальный набор навыков применения формирования и подготовки</p>	<p>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения</p>

		материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия (В ₁).	<i>отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов</i>	<i>комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия, имеют место грубые ошибки</i>
ПК-2	ПК-2.3	знать:				
		- перечень и структуру документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии и заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования (З ₁);	<i>Уровень знаний перечня и структуры документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</i>	<i>Уровень знаний перечня и структуры документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</i>	<i>Минимально допустимый уровень знаний перечня и структуры документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, имеет место много негрубых ошибок</i>	<i>Уровень знаний перечня и структуры документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</i>
		уметь:				
		- объяснить алгоритм согласования документации, регламентирующую	<i>Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм согласования</i>	<i>Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм согласования документации</i>	<i>Продемонстрированы основные умения алгоритм согласования документации</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения</i>

		<p>подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования (У₁);</p>	<p>документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, решены все основные задачи с отдельными несущественными не-дочетами, выполнены все задания в полном объеме</p>	<p>и, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</p>	<p>и, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</p>	<p>объяснить алгоритм согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, имеют место грубые ошибки</p>
владеть:						
		<p>- навыками согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования (В₁).</p>	<p>Продемонстрированы навыки согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов</p>	<p>Продемонстрированы базовые навыки согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</p>	<p>Имеется минимальный набор навыков согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования для решения стандартных задач с</p>	<p>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, имеют место грубые</p>

					некоторыми недочетами	ошибки
ПК-5	ПК-5.3	знать:				
		- сущность и задачи анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб (З ₁);	Уровень знаний сущности и задач анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний сущности и задач анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний сущности и задач анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний сущности и задач анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки
		уметь:				
		- объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб (У ₁);	Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб, имеют место грубые ошибки
владеть:						
- навыками применения алгоритма анализа рынков, бизнес-процессов и рисков	Продемонстрированы навыки применения алгоритма анализа рынков, бизнес-процессов и	Продемонстрированы базовые навыки применения алгоритма анализа рынков, бизнес-	Имеется минимальный набор навыков применения алгоритма анализа рынков, бизнес-	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения алгоритма		

		<p>организации социологических и маркетинговых служб в рамках предложения экономически обоснованных решений профессиональных организационно-управленческих задач (B₁).</p>	<p><i>рисков организации социологических и маркетинговых служб в рамках предложения экономически обоснованных решений профессиональных организационно-управленческих задач при нестандартных задачах без ошибок и недочетов</i></p>	<p><i>процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб в рамках предложения экономически обоснованных решений профессиональных организационно-управленческих задач при стандартных задачах с некоторыми недочетами</i></p>	<p><i>процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб в рамках предложения экономически обоснованных решений профессиональных организационно-управленческих задач для решения стандартных задач с некоторыми недочетами</i></p>	<p><i>анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб в рамках предложения экономически обоснованных решений профессиональных организационно-управленческих задач, имеют место грубые ошибки</i></p>
--	--	---	---	--	--	--

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

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

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Учебно-методическое обеспечение

5.1.1. Основная литература

1. Жариков, В. Д., Основы бизнес-планирования в организации. : учебное пособие / В. Д. Жариков, В. В. Жариков, В. В. Безпалов. — Москва : КноРус, 2020. — 200 с. — ISBN 978-5-406-07356-8. — URL: <https://book.ru/book/932128>. — Текст : электронный.

2. Золотова, Т. В., Методы принятия управленческих решений : учебник / Т. В. Золотова. — Москва : КноРус, 2021. — 344 с. — ISBN 978-5-406-06706-2. — URL: <https://book.ru/book/938053>. — Текст : электронный.

3. Шапиро, С. А., Маркетинг персонала : учебное пособие / С. А. Шапиро, Е. К. Самраилова, Н. А. Говорова. — Москва : КноРус, 2018. — 228 с. — ISBN 978-5-406-05713-1. — URL: <https://book.ru/book/924181>. — Текст : электронный.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Добренъков, В. И., Организация социологического знания : монография / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. — Москва : Русайнс, 2018. — 198 с. — ISBN 978-5-4365-2084-1. — URL: <https://book.ru/book/929598>. — Текст : электронный.

2. Бронникова, Т. С., Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т. С. Бронникова. — Москва : КноРус, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-406-11151-2. — URL: <https://book.ru/book/948686>. — Текст : электронный.

3. Захарова, И. В., Маркетинг в вопросах и решениях : учебное пособие / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. — Москва : КноРус, 2021. — 300 с. — ISBN 978-5-406-01944-3. — URL: <https://book.ru/book/940042>. — Текст : электронный.

5.2. Информационное обеспечение

5.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

1. Энциклопедия, словари, справочники, <https://www.rubicorm.com/>;

2. Научная электронная библиотека с eLIBRARY.RU, <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>;

3. Электронная библиотека диссертаций (РГБ), <http://diss.rsl.ru/>;

4. Национальная электронная библиотека (НЭБ), <https://rusneb.ru/>;

5. КиберЛенинка, <https://cyberleninka.ru/article>;

6. Социологические исследования, <http://socis.isras.ru/>.

5.2.2. Профессиональные базы данных / Информационно-справочные системы

1. Фонд «Общественное мнение», <https://fom.ru/>;

2. Всероссийский центр изучения общественного мнения, <https://www.wciom.ru/>;

3. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент», <http://ecsocman.hse.ru/>;

4. Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской Академии наук, <https://www.isras.ru/>.

5.2.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

1. Windows 7 Профессиональная (Pro) Пользовательская операционная система "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно.

2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+ Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы ЗАО "СофтЛайнТрейд" №21/2010 от 04.05.2010 Неискл. право. Бессрочно.

3. Браузер Chrome Система поиска информации в сети интернет Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно.

4. LMS Moodle ПО для эффективного онлайн-взаимодействия преподавателя и студента Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно.

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование вида учебной работы	Наименование учебной аудитории, специализированной лаборатории	Перечень необходимого оборудования и технических средств обучения
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия
Практические занятия	Учебная аудитория Д-703 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран). Оснащение: доска аудиторная, переносное оборудование - мультимедийный проектор (2 шт.), экран, ноутбук (3 шт.) Программное обеспечение: Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. Браузер Chrome. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.

		MATLAB Compiler Academic new Product From 10 to 24 Group Licenses (per License) в среде MATLAB: договор №2013.39442, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.
Самостоятельная работа	Компьютерный класс с выходом в Интернет В-600а	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 30 компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение
	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение
	Учебная аудитория для выполнения курсового проекта (курсовой работы) Д-703.	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, программное обеспечение. Оснащение: доска аудиторная, переносное оборудование - мультимедийный проектор (2 шт.), экран, ноутбук (3 шт.) Программное обеспечение: Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. Браузер Chrome. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. MATLAB Compiler Academic new Product From 10 to 24 Group Licenses (per License) в среде MATLAB: договор №2013.39442, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.

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

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

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

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

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

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

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

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

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;
- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18

пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

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

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

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

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

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

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

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

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

Гражданское и патриотическое воспитание:

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;

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

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение

конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

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

Духовно-нравственное воспитание:

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

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

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

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

Культурно-просветительское воспитание:

- формирование эстетической картины мира;

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

- повышение познавательной активности обучающихся.

Научно-образовательное воспитание:

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;

- формирование умения получать знания;

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

Вносимые изменения и утверждения на новый учебный год

№ п/п	№ раздела внесения изменений	Дата внесения изменений	Содержание изменений	«Согласовано» Зав. каф. реализующей дисциплину	«Согласовано» председатель УМК института (факультета), в состав которого входит выпускающая
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					

*Приложение к рабочей
программе дисциплины*



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

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине

Б1.В.ДЭ.01.01.04 Организация социологических и маркетинговых служб

Направление подготовки

39.03.01 Социология

Квалификация

Бакалавр

г. Казань, 2023

1.1. Технологическая карта к выполнению Курсовой работы

Семестр 8

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

2. Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
ПК-1	ПК-1.2	<p>знать:</p> <p>методические документы для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей</p>	<p><i>Уровень знаний перечня и структуры методических документов для проведения инструкта</i></p>	<p><i>Уровень знаний перечня и структуры методических документов для проведения инструкта</i></p>	<p><i>Минимальный допустимый уровень знаний перечня и структуры методических</i></p>	<p><i>Уровень знаний перечня и структуры методических документов для проведения инструкта</i></p>

		(31)	<i>жа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</i>	<i>жа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</i>	<i>документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения, имеет место много негрубых ошибок</i>	<i>жа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</i>
		уметь:				
		объяснить способы формирования методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в	<i>Продемонстрированы все основные умения объяснения способов формирования методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых служб</i>	<i>Продемонстрированы все основные умения объяснения способов формирования методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и</i>	<i>Продемонстрированы основные умения объяснения способов формирования методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых</i>	<i>При решении стандартных задач продемонстрированы основные умения объяснения способов формирования методических документов для проведения инструктажа</i>

	<p>рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения (У₁);</p>	<p>предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения, решены все основные задачи с отдельными несущественными и недочетами, выполнены все задания в полном объеме</p>	<p>маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</p>	<p>вых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</p>	<p>персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения, имеют место грубые ошибки</p>
<p>владеть:</p>					
	<p>навыками применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков,</p>	<p>Продемонстрированы навыки применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору</p>	<p>Продемонстрированы базовые навыки применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинговых служб предприятия</p>	<p>Имеется минимальный набор навыков применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала социологических и маркетинго</p>	<p>При решении стандартных задач продемонстрированы базовые навыки применения способов формирования и подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала</p>

	наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения (В ₁).	информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности и в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	вых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	социологических и маркетинговых служб предприятия по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения, имеют место грубые ошибки
ПК-1.3	знать:				
	перечень и содержание полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации (З ₁);	Уровень знаний перечня и содержания полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний перечня и содержания полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний перечня и содержания полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний перечня и содержания полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки
	уметь:				
	объяснить алгоритм формирования и подготовки полного	Продемонстрированы все основные умения объяснения	Продемонстрированы все основные умения	Продемонстрированы основные умения объяснения	При решении стандартных задач не продемонстрированы

		<p>комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия (У₁);</p>	<p>алгоритма формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации и для социологических и маркетинговых служб предприятия, решены все основные задачи с отдельными существенным и недочетами, выполнены все задания в полном объеме</p>	<p>объяснения алгоритма формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и для социологических и маркетинговых служб предприятия, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</p>	<p>алгоритма формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и для социологических и маркетинговых служб предприятия, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</p>	<p>аны основные умения объяснения алгоритма формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и для социологических и маркетинговых служб предприятия, имеют место грубые ошибки</p>
<p>Владеть:</p>						
		<p>- навыками применения формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия (В₁).</p>	<p>Продемонстрированы навыки применения формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации и для социологических и маркетинговых служб предприятия при решении</p>	<p>Продемонстрированы базовые навыки применения формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации и для социологических и маркетинговых служб предприятия при</p>	<p>Имеется минимальный набор навыков применения формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и для социологических и маркетинговых</p>	<p>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения формирования и подготовки полного комплекта отчетных материалов в по этапу сбора информации и для социологических и</p>

			<i>нестандартных задач без ошибок и недочетов</i>	<i>решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>служб предприятия при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>маркетинговых служб предприятия, имеют место грубые ошибки</i>
ПК-2	ПК-2.3	знать:				
		- перечень и структуру документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии и заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования (З1);	Уровень знаний перечня и структуры документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний перечня и структуры документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний перечня и структуры документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний перечня и структуры документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки
		уметь:				
		- объяснить алгоритм согласования	Продемонстрированы все основные	Продемонстрированы все	Продемонстрированы основные	При решении стандартных задач не

		<p>документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования (У₁);</p>	<p>умения объяснить алгоритм согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического взаимодействия заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, решены все основные задачи с отдельными несущественными и недочетами, выполнены все задания в полном объеме</p>	<p>основные умения объяснить алгоритм согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического взаимодействия заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</p>	<p>умения объяснить алгоритм согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического взаимодействия заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</p>	<p>продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического взаимодействия заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, имеют место грубые ошибки</p>
<p>владеть:</p>						
		<p>- навыками согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения</p>	<p>Продемонстрированы навыки согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения</p>	<p>Продемонстрированы базовые навыки согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения</p>	<p>Имеется минимальный набор навыков согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения</p>	<p>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки согласования документации, регламентирующую подготовку проектного предложения</p>

		для проведения социологического исследования во взаимодействии и заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования (В ₁).	рующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	ия документация, регламентирующую подготовку проектного предложения для проведения социологического исследования во взаимодействии заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования, имеют место грубые ошибки
ПК-5	ПК-5.3	знать:				
		- сущность и задачи анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб (З ₁);	Уровень знаний сущности и задач анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний сущности и задач анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний сущности и задач анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний сущности и задач анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки

		уметь:				
- объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб (У ₁);	Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб, решены все задачи с отдельными несущественными и недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб, имеют место грубые ошибки		
владеть:						
- навыками применения алгоритма анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб в рамках предложения экономически обоснованных решений профессиональных организационно-управленчески	Продемонстрированы навыки применения алгоритма анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб в рамках предложения экономически обоснованных решений	Продемонстрированы базовые навыки применения алгоритма анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации социологических и маркетинговых служб в рамках предложения экономически обоснованных	Имеется минимальный набор навыков применения алгоритма анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб в рамках предложен	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения алгоритма анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организации и социологических и маркетинговых служб в рамках предложен		

		х задач (В ₁).	<i>профессиональных организационно-управленческих задач при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов</i>	<i>ых решений профессиональных организационно-управленческих задач при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>ия экономически обоснованных решений профессиональных организационно-управленческих задач для решения стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>ия экономически обоснованных решений профессиональных организационно-управленческих задач, имеют место грубые ошибки</i>
--	--	----------------------------	--	--	--	---

Оценка **«отлично»** выставляется за выполнение эссе, в котором изложена суть поставленной проблемы, самостоятельно проведен анализ проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, сделаны выводы, обобщена авторская позиция по поставленной проблеме; за выполнение *доклада*, содержание которого раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано, материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами; за выполнение *заданий коллоквиума*; за *выполнение реферата*, в котором представлено краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы; за выполнение *мультимедийной презентации*, где представлено логично выстроенное, структурированное содержание учебного материала, согласно выбранной тематике с использованием мультимедийных технологий; за *полные и содержательные ответы на вопросы билета*;

Оценка **«хорошо»** выставляется за выполнение эссе, в котором проведен общий анализ проблемы, сделаны выводы по поставленной проблеме; за выполнение *доклада*, содержание которого раскрыто и показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения материала, предусмотренного программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы; за *выполнение реферата*, в котором представлено краткое изложение в письменном виде

полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы; за выполнение *заданий коллоквиума* с некоторыми ошибками; за выполнение *мультимедийной презентации*, где представлено общее содержание учебного материала, согласно выбранной тематике с использованием мультимедийных технологий; *даны ответы на вопросы билета*;

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за выполнение эссе, в котором сделаны выводы по поставленной проблеме; за выполнение *доклада*, содержание которого достаточно для дальнейшего изучения материала, предусмотренного программой дисциплины, но допущены грубые ошибки в использовании терминологии; *даны неполные ответы на вопросы билета*;

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за слабое и неполное выполнение *докладов в семестре, заданий коллоквиума*.

3. Перечень оценочных средств

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

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Описание оценочного средства
Доклад (Дкл), сообщение (Сбщ)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
Коллоквиум (К)	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися	Вопросы по темам / разделам дисциплины
Мультимедийная презентация (МП)	Представление содержания учебного материала с использованием мультимедийных технологий	Тематика презентаций
Реферат (Рфр)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы	Темы рефератов
Эссе (Эс)	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме	Тематика эссе

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

Для текущего контроля ТК1:

Проверяемая компетенция: ПК-5 (ПК-5.3)

Темы докладов к *ТК1*:

1. Стадии, этапы, фазы, циклы организации как процесса.
2. Классификация процессов, протекающих в организациях.
3. Организация как система: понятие, миссия, структура.
4. Законы организации и их классификация. Закон синергии.
5. Модель организации как открытой системы. Концепция 7-S Т. Питерса и Р. Уотермана.
6. Разделение труда и специализация. Департаментализация.
7. Процесс формирования организационной структуры предприятия.
8. Схема организации службы маркетинга по функциональному принципу.
9. Схема организации службы маркетинга по товарному принципу.
10. Схема организации службы маркетинга по рыночному принципу.
11. Схема товарно-рыночной организации службы маркетинга.
12. Дивизионная организация службы маркетинга.
13. Достоинства и недостатки различных схем организации служб маркетинга.
14. Вертикальные маркетинговые системы.

Тематики эссе к ТК1:

1. Обратная связь как элемент системы управления энергопредприятия
2. Факторы влияния на кадровую политику энергопредприятия в целом и на содержание конкретных программ управления персоналом в частности
3. Цели заключительного контроля
4. Оперативные планы в работе социологических и маркетинговых служб
5. Вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние организации;
6. Тактические планы социологических и маркетинговых служб
7. Стратегическое планирование в маркетинге
8. Концепция совершенствования производства
9. функциональная маркетинговая структура
10. Организационные структуры маркетинга присущи мировой практике в настоящее время

Дополнительные баллы к ТК1:

Темы для презентации к ТК1:

1. Экономико-организационная модель формирования службы маркетинга на предприятии.
2. Положение о структурном подразделении.

3. Штатное расписание.
4. Коллективный договор.
5. Правила внутреннего трудового распорядка.
6. Должностная инструкция.
7. Социальная структура коллектива.
8. Формирование кадрового резерва.
9. Маркетинг персонала.
10. Нормативы по документированию, делопроизводству и хранению документов.
11. Виды документов и их классификация.
12. Классификаторы технико-экономической информации.
13. Понятие и принципы организации документооборота социологических и маркетинговых служб.

Для текущего контроля ТК2:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.3)

Тематики рефератов к ТК2:

1. Координация работы специалистов социологической службы.
2. Права социологической службы предприятия.
3. Профессиональный кодекс социолога.
4. Правила работы и этические нормы социолога (ИСПИ РАН).
5. Этический кодекс Российского общества социологов (РОС).
6. Общие требования к специалистам социологической службы
7. Требования к специалистам в области социологии: интервьюер, социолог, социолог-аналитик.
8. КРІ (ключевые показатели эффективности) специалиста социологической службы (на примере)
9. Подбор и обучение специалистов социологической службы.
10. Аутстаффинг и аутсорсинг специалистов социологической службы
11. Мотивация персонала службы маркетинга.

Дополнительные баллы к ТК2:

Темы для презентации к ТК2:

- 1 Трудовой потенциал общества, организации, работника. Формирование кадровой политики.
- 2 Стратегия управления персоналом. Сущность и содержание кадрового планирования. Оперативный план работы с персоналом.
- 3 Источники и проблемы найма персонала. Организация маркетинга персонала.
- 4 Деловая оценка и отбор персонала. Отбор претендентов на вакансию. Расстановка и аттестация персонала.
- 5 Управление социализацией, профориентацией и адаптацией персонала. Этапы процесса адаптации персонала.
- 6 Управление этическими нормами. Управление конфликтами. Безопасность, условия и дисциплина труда персонала. (А. Я Кибанов)
- 7 Понятие и этапы деловой карьеры. Управление деловой карьерой.

Система служебно-профессионального продвижения.

- 8 Управление кадровым резервом. Организация обучения персонала. Управление мотивацией и стимулированием трудового поведения.
- 9 Единство функционального и стоимостного подходов при анализе и повышения эффективности управления персоналом. Анализ функций, выполняемых персоналом и затрат на их осуществление.
- 10 Сбор, изучение и систематизация информации для анализа деятельности управленческого персонала.

Для текущего контроля ТКЗ:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3)

Тематики докладов к ТКЗ:

1. Номенклатура дел социологических и маркетинговых служб.
2. Подготовка документов к дальнейшему хранению и использованию в работе социологических и маркетинговых служб.
3. Защита информации в документообороте социологических и маркетинговых служб.
4. Особенности работы с документами, содержащими коммерческую тайну.
5. История развития социологических служб в организации
6. Роль социологической службы в деятельности предприятия.
7. Принципы построения организационных структур управления социологической службы.
8. Стратегическое планирование работы социологической службы.
9. Этапы формирования социологической службы на предприятии.
10. Организация прикладных социологических исследований.
11. Внутриорганизационная коммуникация социологической службы.
12. Пример положения о социологическом отделе.
13. Формы и методы повышения квалификации работников службы маркетинга.
14. История развития маркетинговых служб в организации
15. Роль службы маркетинга в деятельности предприятия.
16. Основные требования при построении маркетинговых служб.
17. Принципы построения организационных структур управления маркетинговым отделом

Вопросы для коллоквиума к ТКЗ:

1. Для какого предприятия целесообразна региональная структура маркетинга?
2. Какие факторы деятельности энергопредприятия называются контролируемыми?
3. Какие факторы деятельности энергопредприятия относятся к контролируемым?
4. Что такое адаптация предприятия?
5. Задачами маркетинговых исследований является:
6. Что можно отнести к основным направлениям маркетинговых

- исследований, проводимых энергопредприятием?
7. Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности – увеличение продаж за счет?
 8. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?
 9. Организационная структура маркетинга, ориентированная по рынкам, целесообразна для тех предприятий, которые продают свою продукцию на рынках с неодинаковыми товарными предпочтениями.
 10. Когда необходим маркетинговый контроль на энергопредприятии?
 11. Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования маркетинговой информационной системы?

Дополнительные баллы к ТКЗ:

Темы для презентации к ТКЗ:

1. Стратегическое планирование работы маркетинговой службы.
2. Этапы формирования системы маркетинга на предприятии.
3. Организация маркетинговых исследований.
4. Внутриорганизационная коммуникация маркетинговой службы.
5. Пример положения об отделе маркетинга.
6. Организационная структура службы маркетинговых коммуникаций.
7. Взаимодействие службы маркетинга и других подразделений
8. Бюджет отдела маркетинга.
9. Внутриорганизационная коммуникация маркетинговой службы.
10. Типовое положение о службе маркетинга.
11. Управляющая и обслуживающая роль маркетингового подразделения.
12. Права службы маркетинга.
13. Ответственность службы маркетинга на предприятии.
14. Модель «4С» — модель эффективной организации маркетинга.

Для промежуточной аттестации ОМ 1:

Проверяемая компетенция: ПК-5 (ПК - 5.3), ПК-1 (ПК - 1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.3).

Вопросы к экзамену:

1. Стадии, этапы, фазы, циклы организации как процесса.
2. Классификация процессов, протекающих в организациях.
3. Организация как система: понятие, миссия, структура
4. Законы организации и их классификация. Закон синергии.
5. Модель организации как открытой системы. Концепция 7-S Т. Питерса и Р. Уотермана.
6. Разделение труда и специализация. Департаментализация.
7. Процесс формирования организационной структуры предприятия.
8. Схема организации службы маркетинга по функциональному принципу.
9. Схема организации службы маркетинга по товарному принципу.

10. Схема организации службы маркетинга по рыночному принципу.
11. Схема товарно-рыночной организации службы маркетинга.
12. Дивизионная организация службы маркетинга.
13. Достоинства и недостатки различных схем организации служб маркетинга.
14. Вертикальные маркетинговые системы.
15. Номенклатура дел социологических и маркетинговых служб.
16. Подготовка документов к дальнейшему хранению и использованию в работе социологических и маркетинговых служб.
17. Защита информации в документообороте социологических и маркетинговых служб.
18. Особенности работы с документами, содержащими коммерческую тайну.
19. История развития социологических служб в организации.
20. Роль социологической службы в деятельности предприятия.
21. Принципы построения организационных структур управления социологической службы.
22. Стратегическое планирование работы социологической службы.
23. Этапы формирования социологической службы на предприятии.
24. Организация прикладных социологических исследований.
25. Внутриорганизационная коммуникация социологической службы.
26. Пример положения о социологическом отделе.
27. Формы и методы повышения квалификации работников службы маркетинга.
28. История развития маркетинговых служб в организации.
29. Роль службы маркетинга в деятельности предприятия.
30. Основные требования при построении маркетинговых служб.
31. Принципы построения организационных структур управления маркетинговым отделом.

Для текущего контроля ТК1:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.3)

Темы докладов к *ТК1*:

1. Стратегическое планирование работы маркетинговой службы.
2. Этапы формирования системы маркетинга на предприятии.
3. Организация маркетинговых исследований.
4. Внутриорганизационная коммуникация маркетинговой службы.
5. Пример положения об отделе маркетинга.
6. Организационная структура службы маркетинговых коммуникаций.
7. Взаимодействие службы маркетинга и других подразделений
8. Бюджет отдела маркетинга.
9. Внутриорганизационная коммуникация маркетинговой службы.
10. Типовое положение о службе маркетинга.
11. Управляющая и обслуживающая роль маркетингового подразделения.
12. Права службы маркетинга.
13. Ответственность службы маркетинга на предприятии.
14. Модель «4С» — модель эффективной организации маркетинга.

15. Наименование должностей и требования к специалистам высшего стратегического уровня управления маркетингом

Тематики эссе к ТК1:

1. Наименование должностей и требования к специалистам среднего уровня управления маркетингом.
2. Наименование должностей и требования к специалистам оперативно-исполнительского уровня.
3. Наименование должностей и требования к специалистам технического уровня управления маркетингом.
4. Подбор и обучение персонала службы маркетинга.
5. Стандарты качества маркетинговых услуг.
6. Профессиональный кодекс в области маркетинга.
7. Этика маркетинговой деятельности.
8. КРІ (ключевые показатели эффективности) специалиста маркетинговой службы (на примере)
9. Аутстаффинг и аутсорсинг специалистов маркетинговой службы.
10. Координация работы специалистов социологической службы.
11. Мотивация персонала службы маркетинга.

Дополнительные баллы к ТК1:

Темы для презентации к ТК1:

1. Использование трудовых ресурсов
2. Управление персоналом
3. Управление человеческими ресурсами
4. Управление человеком
5. Экономический подход к управлению персоналом
6. Органический подход к управлению персоналом
7. Гуманистический подход к управлению персоналом
8. Современное управление человеком
9. Кейс на примере конкретной организации
10. Эффективные способы управления персоналом

Для текущего контроля ТК2:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.3)

Тематики рефератов к ТК2:

1. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
2. Циклическое управление маркетингом.
3. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии.
4. Проблемы организационной структуры маркетинга.
5. Организация управления элементами маркетинга-микс.
6. Организация и поддержка информационно-аналитической базы предприятия.
7. Схема циклического управления маркетингом.
8. Типы маркетингового контроля.

- 9 Контроллинг в маркетинге. Инструмент контроллинга.
- 10 Оценка эффективности деятельности маркетинговой службы на предприятии.
- 11 Модель «4С» — модель эффективной организации маркетинга.

Дополнительные баллы к ТК2:

Темы для презентации к ТК2:

1. Функциональная организация службы маркетинга
2. Закрытая система управления
3. Использование фирмой бенчмаркинга
4. Операционный маркетинг в стратегии развития предприятия
5. Маркетинговые исследования
6. Синдикативная информация в управлении маркетингом
7. SWOT-анализ
8. Организация службы сбыта
9. Функциональная структура организации маркетинговой службы
10. Что входит в понятие «управлять маркетингом»?

Для текущего контроля ТК3:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.3)

Тематики докладов к ТК3:

1. Виды маркетингового контроля.
2. Контроль реализации и анализ возможностей сбыта.
3. Контроль прибыльности и анализ маркетинговых затрат.
4. Стратегический контроль и ревизия маркетинга.
5. Критерии и показатели оценки эффективности службы маркетинга.
6. Маркетинг и контроллинг.
7. Внешний аудит маркетинга.
8. Оперативный контроль достижения маркетинговых задач.
9. Организационные отношения делегирование, полномочия, ответственность). Делегирование полномочий по уровням управления.
10. Организация контроллинга и мониторинга деятельности маркетинговой и социологической службы.
11. Инструментарий контроллинга деятельности маркетинговой и социологической службы.
12. Система планирования маркетинговой деятельностью на предприятии.
13. Виды маркетинговых планов на предприятии.
14. Распределение полномочий и ответственности на предприятии энергетической отрасли.
15. Планирование (ERP) и оптимизация управления ресурсами предприятий (MRP II).
16. Комплексное управление качеством (TQM).
17. Современные концепции управления маркетингом.
18. Стиль управления маркетингом.

Вопросы для коллоквиума к ТКЗ:

1. Что входит в процедуру маркетинговых исследований
2. Группы методов управления энергопредприятием
3. Формы экономических методов управления в энергопредприятии
4. Срок окупаемости капитальных вложений, годовой и интегральный экономический эффект, фондоотдача, производительность труда на энергопредприятии и т.д. относятся к понятию
5. Передача задач и полномочий лицу, которое принимает на себя ответственность за их выполнение – это
6. Обязательство выполнить имеющиеся задачи и отвечать за их удовлетворительное разрешение – это
7. Ограниченное право использовать ресурсы организации и направлять усилия некоторых ее сотрудников на выполнение определенных задач – это
8. Пробуждение в сотруднике сознания того, что достижение целей принесет всему коллективу организации или подразделения определенные блага – это
9. Тактическое планирование работы службы маркетинга энергопредприятия заключается в
10. Социальная функция маркетинга услуг
Когда необходим маркетинговый контроль на энергопредприятии

Дополнительные баллы к ТКЗ:

Темы для презентации к ТКЗ

1. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
2. Циклическое управление маркетингом.
3. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии.
4. Проблемы организационной структуры маркетинга.
5. Организация управления элементами маркетинга-микс.
6. Организация и поддержка информационно-аналитической базы предприятия.
7. Схема циклического управления маркетингом.
8. Типы маркетингового контроля.
9. Контроллинг в маркетинге. Инструмент контроллинга.
10. Оценка эффективности деятельности маркетинговой службы на предприятии.
11. Модель «4С» — модель эффективной организации маркетинга.

Для промежуточной аттестации ОМ 2:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.3).

Вопросы к экзамену:

1. Виды маркетингового контроля.
2. Контроль реализации и анализ возможностей сбыта.
3. Контроль прибыльности и анализ маркетинговых затрат.

4. Стратегический контроль и ревизия маркетинга.
5. Критерии и показатели оценки эффективности службы маркетинга.
6. Маркетинг и контроллинг.
7. Внешний аудит маркетинга.
8. Оперативный контроль достижения маркетинговых задач.
9. Организационные отношения делегирование, полномочия, ответственность). Делегирование полномочий по уровням управления.
10. Организация контроллинга и мониторинга деятельности маркетинговой и социологической службы.
11. Инструментарий контроллинга деятельности маркетинговой и социологической службы.
12. Система планирования маркетинговой деятельностью на предприятии.
13. Виды маркетинговых планов на предприятии.
14. Распределение полномочий и ответственности на предприятии энергетической отрасли.
15. Планирование (ERP) и оптимизация управления ресурсами предприятий (MRP II).
16. Комплексное управление качеством (TQM).
17. Современные концепции управления маркетингом.
18. Стиль управления маркетингом.
19. Контроль реализации и анализ возможностей сбыта.
20. Контроль прибыльности и анализ маркетинговых затрат.
21. Стратегический контроль и ревизия маркетинга.
22. Критерии и показатели оценки эффективности службы маркетинга.
23. Маркетинг и контроллинг.
24. Внешний аудит маркетинга.
25. Оперативный контроль достижения маркетинговых задач.
26. Организационные отношения делегирование, полномочия, ответственность). Делегирование полномочий по уровням управления.
27. Организация контроллинга и мониторинга деятельности маркетинговой и социологической службы.
28. Инструментарий контроллинга деятельности маркетинговой и социологической службы.
29. Система планирования маркетинговой деятельностью на предприятии.
30. Виды маркетинговых планов на предприятии.
31. Распределение полномочий и ответственности на предприятии энергетической отрасли.
32. Планирование (ERP) и оптимизация управления ресурсами предприятий (MRP II).
33. Комплексное управление качеством (TQM).

Для текущего контроля Курсовой работы к ТК1:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.3).

Вопросы по разделу курсовой работы к ТК1:

1. Обосновать актуальность выбранной темы, ее ценность и значение для социальной, социально-экономической сферы, современного рынка,

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

Для текущего контроля Курсовой работы к ТК2:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.3).

Вопросы по разделу курсовой работы к ТК2:

1. Обоснование методов исследования и моделирования информационных процессов и технологий в соответствии с темой курсовой работы.
2. Обоснование выбора инструментальных средств разработки, проектирование и разработку приложения.
3. Анализ результатов экспериментального исследования, схемы, графические и математические способы интерпретации полученных данных.
4. Описание эмпирического объекта.
5. Описание плана эмпирического исследования.
6. Характеристика выборки для проведения исследования.
7. Описание методов сбора данных (с обоснованием их адекватности поставленной задаче и оценкой достоинств и недостатков)
8. Описание методики обработки и анализа данных (с обоснованием их адекватности поставленной задаче и оценкой достоинств и недостатков).

Для текущего контроля Курсовой работы к ТК3:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.3).

Вопросы по разделу курсовой работы к ТК3:

1. Результаты реализации процедуры исследования и расчетов, проведенных с использованием математико-статистических методов анализа данных.
2. Сущность методов анализа данных (их возможностей и ограничений).

3. Содержательная интерпретация результатов, полученных с помощью выбранных методов
4. Диагностика состояния объекта, его внешней среды в рамках темы курсовой работы.
5. Анализ результатов исследования с использованием современных методов, информационных (компьютерных) технологий (графиков, диаграмм и т.п.).
6. Практика решения рассматриваемой проблемы.
7. Обосновать рекомендации и мероприятия по решению поставленных проблем в организации/процесса.
8. Пути совершенствования деятельности организации с целью повышения ее эффективности.
9. Конкретные предложения и рекомендации для улучшения работы в той или иной области деятельности предприятий, вытекающие из содержания рассматриваемой проблемы.
10. Предложения и рекомендации по дальнейшему развитию темы и внедрению полученных результатов.
11. Систематизация цифровых данных в виде таблиц, графиков с необходимым анализом и обобщением выявленных тенденций.
12. Аргументированность выводов, обоснованность предложений и рекомендаций.

Задание промежуточной аттестации (Защита Курсовой работы).

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3), ПК-2 (ПК-2.3).

Темы собеседования:

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

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