

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 28.08.2023 15:17:07

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6a511028f5198

Приложение 3

к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки

38.03.07 Товароведение

направленность (профиль) программы Товарная экспертиза, оценочная  
деятельность и управление качеством

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

**Факультет экономики, менеджмента и торговли**

**Кафедра торговли и общественного питания**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.08 СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В  
УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ И ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Направление подготовки 38.03.07 Товароведение**

**Направленность (профиль) программы**

**Товарная экспертиза, оценочная деятельность и управление качеством**

**Уровень высшего образования *Бакалавриат***

**Год начала подготовки 2021**

Москва – 2021 г.

Составитель:

К.э.н., доцент

М.А. Дубинина

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры торговли и общественного питания

протокол № 6 от «21» января 2021 г.

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....</b>	<b>4</b>
Цель и задачи освоения дисциплины .....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы.....	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине .....	5
<b>II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>6</b>
<b>III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>10</b>
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	10
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.....	Ошибка! Залка не определена.
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ .....	Ошибка! Залка не определена.
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ .....	Ошибка! Залка не определена.
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	Ошибка! Залка не определена.
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	11
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	12
<b>IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>12</b>
<b>V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>	<b>12</b>
<b>VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....</b>	<b>13</b>

# І. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Социологические методы исследования в управлении качеством и оценочной деятельности» является рассмотрение методологии и методики проведения социологического исследования и примеров использования социологических методов в управлении качеством и оценочной деятельности для выявления и анализа причин снижения качества продукции и разработки предложений по их устранению.

### Задачи дисциплины:

- изучение основных понятий в области социологических исследований;
- обеспечение понимания студентами роли социологических исследований в управлении качеством и оценочной деятельности;
- освоение приемов сбора данных по показателям качества, характеризующим продукцию;
- обоснование выбора методов сбора, обработки и анализа информации и их практическое применение в целях выявления и анализа причин снижения качества продукции;
- изучение методов и процедур социологических исследований, методов и моделей социологического опроса, социального эксперимента, социального мониторинга для оценки показателей качества и безопасности;
- формирование умений по применению методов квалиметрического анализа продукции (работ, услуг).

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социологические методы исследования в управлении качеством и оценочной деятельности», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	3 ЗЕТ	
Объем дисциплины в акад. часах	108	
Промежуточная аттестация: форма	зачет	зачет
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:	62	42
2. Контактная работа на проведение занятий лекционного и семинарского типов, всего часов, в том числе:	60	40
• лекции	24	16
• практические занятия	36	24
• лабораторные занятия	-	-
в том числе практическая подготовка	-	-
3. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-
4. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	2	2

5. Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-
6. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	-	-
<b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>	<b>46</b>	<b>66</b>
в том числе:		
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-
• самостоятельная работа в семестре (СРС)	<b>46</b>	<b>66</b>
• в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу / курсовой проект	-	-
• изучение ЭОР	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-
• и другие виды	<b>46</b>	<b>66</b>

### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-1. Способен выявлять и анализировать причины снижения качества продукции и разрабатывать предложения по их устранению	ПК-1.1. Осуществляет сбор данных по показателям качества, характеризующим продукцию	ПК-1.1. 3-1. <b>Знает</b> основные понятия в сфере товароведной, оценочной деятельности и управления качеством (менеджмента качества) продукции
		ПК-1.1. У-1. <b>Умеет</b> систематизировать и анализировать данные по показателям качества, характеризующим разрабатываемую и выпускаемую продукцию, в том числе с использованием средств и технологий цифровизации
	ПК-1.5. Применяет методы оценки и контроля показателей качества и безопасности, методы идентификации для выявления опасной, фальсифицированной и контрафактной продукции в организации	ПК-1.5. 3-2. <b>Знает</b> современные инструменты контроля качества и управления качеством
		ПК-1.5. У-2. <b>Умеет</b> применять современные инструменты контроля качества и управления качеством

## II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 3

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов очной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость*, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Каттэк, Катт	Всего					
Семестр 6												
1.	Тема 1. Социологические методы изучения потребительского поведения Социологические подходы при изучении изменений потребительского поведения, динамики спроса на товары и услуги. Исследования, проводимые крупными институтами и центрами о продажах широкого круга товаров. Традиционные соцопросы. Торговая панель, производственная панель, потребительская панель и омнибусы.	2	4	-	-	4/-	10	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.5. 3-2.	О.	Т.	Р.
2.	Тема 2. Основные виды социологического исследования Прикладные социологические исследования в области товароведения. Разведывательные, описательные и аналитические исследования. Монографические и точечные исследования. Повторные исследования (трендовые, панельные, лонгитюдные). Социологический мониторинг. Сравнительные социологические исследования. Роль маркетинговых исследований в товароведной деятельности.	2	6	-	-	4/-	12	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.5. 3-2.	О.	Т.	Ин.п.

3.	Тема 3. Подготовительный этап исследования и измерение социальных явлений Логическая последовательность действий при разработке программы социологического исследования. Постановка проблемы, объект, предмет, цель, задачи, гипотеза исследования. Определение обследуемой совокупности. Рабочий план проведения исследования. Вспомогательные документы. Измерения в социологических исследованиях. Построение шкал.	4	4	-	-	6/-	14	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	РЗ, Т.	-
4.	Тема 4. Методы социологического опроса Анкетный опрос групповой и индивидуальный. Социологическая анкета. Классификация вопросов анкеты. Требования к содержанию, композиции и оформлению анкеты. Личные опросы, опросы по почте, телефонные опросы, Интернет-опросы. Глубинные интервью как метод исследования товаров и услуг. Значение метода фокус-групп в изучении восприятия нового товара. Тестирование. Экспертный опрос.	4	6	-	-	8/-	18	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	-	Ин.п.
5.	Тема 5. Неопросные методы социологического исследования Методы наблюдения: преимущества, недостатки, виды, особенности проведения. Социальный эксперимент: классификация основных видов, подготовка и проведение экспериментов. Метод анализа документов.	4	4	-	-	8/-	16	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	-	Ин.п.
6.	Тема 6. Выборочный метод исследования Понятие о сплошном и выборочном исследовании. Методы и виды выборки. Определение объема выборочной совокупности и обеспечение ее репрезентативности.	4	6	-	-	8/-	18	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	РЗ, Т	-
7.	Тема 7. Анализ результатов социологического исследования Подготовка инструментария к обработке. Обработка первичной информации. Таблицы сопряженности. Отображение и анализ данных	4	6	-	-	8/-	18	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	РЗ, Т	-
Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)		-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
<b>Итого</b>		24	36	-	-	46/2	108	х	х	х	х	х

Таблица 4

## Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Катэж, Катг	Всего					
Семестр 6												
1.	Тема 1. Социологические методы изучения потребительского поведения Социологические подходы при изучении изменений потребительского поведения, динамики спроса на товары и услуги. Исследования, проводимые крупными институтами и центрами о продажах широкого круга товаров. Традиционные соцопросы. Торговая панель, производственная панель, потребительская панель и омнибусы.	2	2	-	-	8/-	12	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.5. 3-2.	О.	Т.	Р.
2.	Тема 2. Основные виды социологического исследования Прикладные социологические исследования в области товароведения. Разведывательные, описательные и аналитические исследования. Монографические и точечные исследования. Повторные исследования (трендовые, панельные, лонгитюдные). Социологический мониторинг. Сравнительные социологические исследования. Роль маркетинговых исследований в товароведной деятельности.	2	2	-	-	10/-	14	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.5. 3-2.	О.	Т.	Ин.п.
3.	Тема 3. Подготовительный этап исследования и измерение социальных явлений Логическая последовательность действий при разработке программы социологического исследования. Постановка проблемы, объект, предмет, цель, задачи, гипотеза исследования. Определение обследуемой совокупности. Рабочий план проведения исследования. Вспомогательные документы. Измерения в социологических исследованиях. Построение шкал.	2	2	-	-	8/-	12	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	РЗ, Т.	-



4.	Тема 4. Методы социологического опроса Анкетный опрос групповой и индивидуальный. Социологическая анкета. Классификация вопросов анкеты. Требования к содержанию, композиции и оформлению анкеты. Личные опросы, опросы по почте, телефонные опросы, Интернет-опросы. Глубинные интервью как метод исследования товаров и услуг. Значение метода фокус-групп в изучении восприятия нового товара. Тестирование. Экспертный опрос.	4	6	-	-	10/-	20	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	-	Ин.п.
5.	Тема 5. Неопросные методы социологического исследования Методы наблюдения: преимущества, недостатки, виды, особенности проведения. Социальный эксперимент: классификация основных видов, подготовка и проведение экспериментов. Метод анализа документов.	2	4	-	-	10/-	16	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	-	Ин.п.
6.	Тема 6. Выборочный метод исследования Понятие о сплошном и выборочном исследовании. Методы и виды выборки. Определение объема выборочной совокупности и обеспечение ее репрезентативности.	2	4	-	-	10/-	16	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	РЗ, Т	-
7.	Тема 7. Анализ результатов социологического исследования Подготовка инструментария к обработке. Обработка первичной информации. Таблицы сопряженности. Отображение и анализ данных	2	4	-	-	10/-	16	ПК-1.1 ПК-1.5	ПК-1.1. 3-1. ПК-1.1. У-1. ПК-1.5. 3-2. ПК-1.5. У-2.	О.	РЗ, Т	-
Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)		-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
<b>Итого</b>		16	24	-	-	66/2	108	х	х	х	х	х

**Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:**

**Опрос (О.)**

**Формы текущего контроля:**

**Тест (Т.)**

**Расчетное задание (РЗ)**

**Формы заданий для творческого рейтинга:**

**Индивидуальный проект (Ин.п.)**

### III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

##### Основная литература

1. Зонова Л. Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие для бакалавров / Л. Н. Зонова, Л. В. Михайлова, Е. Н. Власова. - 2-е изд., стер. - М.: ИТК «Дашков и К°», 2020. - 192 с ISBN 978-5-394-03581-4. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358191>
2. Климантова Г. И. Методология и методы социологического исследования: Учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. — 2-е изд., стер. — М.: ИТК «Дашков и К°», 2019. — 256 с. - ISBN 978-5-394-03248-6. Режим доступа: - <https://znanium.com/read?id=358265>
3. Уварова В.И. Социологические методы исследования в товароведении пищевых продуктов: Уч. пос. / В.И. Уварова, О.В. Евдокимова; Под ред. Т.Н.Ивановой. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 256 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-8199-0470-1. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=71134>

##### Дополнительная литература:

1. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 392 с. ISBN 978-5-905554-08-7. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=354450>
2. Зотов, В. В. Социологические исследования в экономике и управлении : учебник для бакалавров / В. В. Зотов, М. П. Куркина. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 222 с. ISBN 978-5-394-03619-4. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=353593>
3. Коробов, В. Б. Теория и практика экспертных методов : монография / В.Б. Коробов ; под ред. Б.И. Кочурова. - М.: ИНФРА-М, 2019. — 281 с. (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015053-6. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=341236>
4. Петрище, Ф. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для бакалавров / Ф. А. Петрище. - 5-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 508 с. ISBN 978-5-394-01879-4. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358584>
5. Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования: учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. / Б. Е. Токарев. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2019. — 512 с. - ISBN 978-5-9776-0175-7. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=359719>

##### Нормативные правовые документы:

1. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями). - [http://ivo.garant.ru/#/basesearch/Закон\\_о\\_торговле:0](http://ivo.garant.ru/#/basesearch/Закон_о_торговле:0)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации часть вторая от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ, часть третья от 26 ноября 2001 г. N 146-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ – <http://ivo.garant.ru/#/document/10164072/entry/0:8>
3. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. «Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N582-ст) - [http://www.baikonuradm.ru/userfiles/file/2016jul/GOST%20R%2051303\\_2013\\_.pdf](http://www.baikonuradm.ru/userfiles/file/2016jul/GOST%20R%2051303_2013_.pdf)
4. ГОСТ Р 51304-2009 Национальный стандарт Российской Федерации. «УСЛУГИ ТОРГОВЛИ Общие требования» (утв. Приказом Росстандарта от от 15 декабря 2009 г. № 769-ст) - <http://base1.gostedu.ru/59/59360/index.htm>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

1. Информационная справочно-правовая система Консультант плюс (локальная версия) <http://www.consultant.ru>
2. Справочно-правовая система Гарант (локальная версия) <http://www.garant.ru>
3. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>
4. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации <http://docs.cntd.ru/>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

1. ЭБС «ИНФРА–М» <http://znanium.com>
2. Научная электронная библиотека elibrary.ru <https://elibrary.ru/>
3. ЭБС ВООК.ру <http://www.book.ru>
4. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/>
5. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://biblio-online.ru/>
6. Университетская библиотека online <http://biblioclub.ru/>
7. ЭБС «Grebennikon» <https://grebennikon.ru/>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ**

1. Библиографическая и реферативная база данных Scopus <https://www.elsevier.com/solutions/scopus>
2. Исследовательская база данных EBSCO <https://www.ebsco.com/>
3. База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>
4. База данных стандартов и регламентов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) <https://www.rst.gov.ru/portal/gost/home/standarts/catalognational>

## **ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Журнал «Современная торговля» - <http://panor.ru/news/?category=73>
2. Журнал «Торговая политика» - <https://tpjournal.hse.ru/>
3. Журнал «Маркетинг розничной торговли» - <https://www.grebennikoff.ru/product/5>

## **ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

1. Операционная система Windows 10
2. Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus
3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition
4. PeaZip
5. Adobe Acrobat Reader DC

## МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Социологические методы исследования в управлении качеством и оценочной деятельности» обеспечена:

**для проведения занятий лекционного типа:**

- учебной аудитории, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

**для проведения занятий семинарского типа (практические занятия):**

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации: ноутбук (переносной) с установленным ПО, подключением к Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета, принтер, учебно-наглядные пособия;

**для самостоятельной работы, в том числе для курсового проектирования:**

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

## IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методическое пособие по проведению практических занятий с использованием интерактивных методов обучения и организации самостоятельной работы.
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов.

## V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Социологические методы исследования в управлении качеством и оценочной деятельности» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 5

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен/зачет/зачет с оценкой)	40
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве

модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

## **VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных материалов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

### ***Перечень вопросов к зачету:***

1. Социологические подходы при изучении изменений потребительского поведения.
2. Социологические исследования динамики спроса на товары и услуги.
3. Исследования, проводимые крупными институтами и центрами о продажах широкого круга товаров.
4. Традиционные соцопросы.
5. Торговая панель, производственная панель, потребительская панель и омнибусы.
6. Прикладные социологические исследования в области товароведения.
7. Разведывательные, описательные и аналитические исследования.
8. Монографические и точечные исследования.
9. Повторные исследования (трендовые, панельные, лонгитюдные).
10. Социологический мониторинг.
11. Сравнительные социологические исследования.
12. Логическая последовательность действий при разработке программы социологического исследования.
13. Роль маркетинговых исследований в товароведной деятельности.
14. Постановка проблемы, объект, предмет, цель, задачи, гипотеза исследования.
15. Определение обследуемой совокупности.
16. Рабочий план проведения исследования.
17. Вспомогательные документы.
18. Измерения в социологических исследованиях.
19. Построение шкал.
20. Анкетный опрос групповой и индивидуальный.
21. Социологическая анкета и ее структура.
22. Требования к содержанию, композиции и оформлению анкеты.
23. Классификация вопросов анкеты.
24. Особенности личных социологических опросов.
25. Сильные и слабые стороны опросов по почте.
26. Характеристика телефонных опросов как способа связи с аудиторией.
27. Социологические опросы в сети Интернет.
28. Глубинные интервью как метод исследования товаров и услуг.
29. Значение метода фокус-групп в изучении восприятия нового товара.
30. Процедура проведения фокус-группового исследования.
31. Проекционные методы и их использование в товароведной деятельности.
32. Социологический тест: классификация и сфера применения.
33. Экспертный опрос и ситуации его применения.
34. Классификация процедур проведения экспертных опросов.
35. «Мозговая атака» как метод экспертного опроса.

36. «Традиционная комиссия» как разновидность очного опроса экспертов.
37. Экспертный опрос методом «отнесенной оценки».
38. Заочные опросы экспертов.
39. Периодические опросы экспертов.
40. «Дельфийская техника» как метод экспертного опроса.
41. Метод социологического наблюдения.
42. Преимущества и недостатки метода наблюдения.
43. Классификация видов наблюдения.
44. Особенности проведения социологического наблюдения.
45. Социальный эксперимент.
46. Классификация основных видов социального эксперимента.
47. Подготовка и проведение экспериментов.
48. Метод анализа документов.
49. Смысловые единицы и единицы счета в контент-анализе.
50. Выборочный метод сбора информации. Репрезентативность выборки.
51. Разработка выборочного плана исследований и определение объема выработки.
52. Методы формирования выборки в социологических исследованиях.
53. Подготовка инструментария к обработке.
54. Обработка первичной информации.
55. Таблицы сопряженности.
56. Отображение и анализ данных.
57. Характеристика основных методов прогнозирования рынка.
58. Статистические методы анализа информации.
59. Понятие о частотном распределении.
60. Подготовка отчета о проведении исследования.

#### **Типовые задания к зачету:**

1. Перечислите основные характеристика лиц, которых можно, на ваш взгляд, пригласить для участия в экспертном опросе на тему «Инновационные пищевые продукты на потребительском рынке». Обоснуйте ваш выбор.
2. Составьте по пять вопросов на тему «Инновационные пищевые продукты» на потребительском рынке» для двух видов опроса: экспертного и массового. Объясните различия в содержании и форме вопросов экспертного и массового образца.
3. Выделите единицы анализа и единицы счета для проведения контент-анализа патентов на желе, зарегистрированных за последние 10 лет.
4. Охарактеризуйте форму бланка, необходимого для проведения контент-анализа зарегистрированных патентов на желе.
5. Проведите контент-анализ патентов на желе, зарегистрированных в течение последних 10 лет.
6. Разработайте программу исследования для определения иерархии факторов, формирующих потребительские предпочтения продовольственных товаров, реализуемых на потребительском рынке, у людей пожилого и преклонного возраста.
7. Составьте анкету массового опроса для реализации программы исследования для

#### **Типовые тестовые задания:**

1. Документ, содержащий характеристики респондентов, представление и анализ полученной информации, практические рекомендации, выводы, а также графический материал, называется:
- а) программой исследования;
  - б) рабочим планом исследования;
  - в) отчетом.

2. Уровень контроля выборки лучше всего при личном интервью:

- а) на дому;
- б) на улице;
- в) в торговом центре.

3. План составления выборки разрабатывается на этапе:

- а) определения проблемы и целей исследования;
- б) разработки плана исследования;
- в) сбора информации.

4. Метод исследования, главная цель которого состоит в определении причинно-следственных связей, - это:

- а) каузальное исследование;
- б) описательное исследование;
- в) поисковое исследование.

5. Совокупность персонала, оборудования, процедур сбора, сортировки, анализа, оценки, передачи используемой при принятии маркетинговых решений информации - это:

- а) система внутренней отчетности фирмы;
- б) система маркетинговых исследований;
- в) маркетинговая информационная система.

### ***Типовые расчетные задания:***

1. Наблюдение покупок четырех изучаемых продуктов в экспериментальной (20 человек) и контрольной (30 человек) группах дали значения (соответственно): 18, 20, 20, 18 и 15, 23, 10, 28. Требуется найти среднее значение, стандартное отклонение, медиану и квартили этих данных.

2. Найти среднее значение, медиану, стандартное отклонение и квартили результатов бега на дистанцию 100 м у группы студентов (с): 12,8; 13,2; 13,0; 12,9; 13,5; 13,1.

3. Определите верхнюю и нижнюю квартиль, выборочную асимметрию и эксцесс для данных измерений роста групп студенток: 164, 160, 157, 166, 162, 160, 161, 159, 160, 163, 170, 171.

4. Найти наиболее популярный туристический маршрут из четырех реализуемых фирмой, если за неделю последовательно были реализованы следующие маршруты: 1, 3, 3, 2, 1, 1, 4, 4, 2, 4, 1, 3, 2, 4, 1, 4, 4, 3, 1, 2, 3, 4, 1, 1, 3.

5. В рабочей зоне производились замеры концентрации вредного вещества. Получен ряд значений (в мг./м<sup>3</sup>): 12, 16, 15, 14, 10, 20, 16, 14, 18, 14, 15, 17, 23, 16. Необходимо определить основные выборочные характеристики.

### ***Примеры вопросов для опроса:***

- 1. Чем аналитическое исследование отличается от описательного и разведывательного?
- 2. Что проверяется в ходе пилотажного исследования?
- 3. Какие требования предъявляются к повторным исследованиям?
- 4. Чем историческое трендовое исследование отличается от лонгитюдного?
- 5. В чем заключается основная цель социологического мониторинга?
- 6. Каковы основные этапы социологического исследования?

### **Тематика индивидуальных проектов:**

1. Использование электронных таблиц Excel для вычисления выборочных характеристик данных.
2. Использование электронных таблиц Excel для обработки данных тестирования.
3. Использование электронных таблиц Excel для построения распределений случайных величин и генерации случайных чисел.
4. Использование электронных таблиц Excel для построения выборочных функций распределения.
5. Использование электронных таблиц Excel для проведения корреляционного анализа.
6. Использование электронных таблиц Excel для проведения дисперсионного анализа

### **Тематика рефератов:**

1. Классификация социологических исследований.
2. Постановка задачи исследования и разработка подхода к ее решению.
3. Разработка проекта исследований. Типы исследовательских проектов.
4. Использование вторичных данных в проекте исследования.
5. Синдицированные источники вторичной информации.

### **Типовая структура зачетного задания**

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1</i>	...
<i>Вопрос 2</i>	...
<i>Практическое задание (ситуационная задача)</i>	...

### **Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания**

Таблица 6

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«зачтено»	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.5	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> основные понятия в сфере товароведной, оценочной деятельности и управления качеством (менеджмента качества) продукции; современные инструменты контроля качества и управления качеством <b>Умеет верно и в полном объеме:</b> систематизировать и анализировать данные по показателям качества, характеризующим разрабатываемую и выпускаемую продукцию, в том числе с использованием средств и технологий цифровизации; применять современные	<b>Продвинутый</b>



				инструменты контроля качества и управления качеством	
<b>70 – 84 баллов</b>	<b>«зачтено»</b>	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.5	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> основные понятия в сфере товароведной, оценочной деятельности и управления качеством (менеджмента качества) продукции; современные инструменты контроля качества и управления качеством <b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> систематизировать и анализировать данные по показателям качества, характеризующим разрабатываемую и выпускаемую продукцию, в том числе с использованием средств и технологий цифровизации; применять современные инструменты контроля качества и управления качеством	<b>Повышенный</b>
<b>50 – 69 баллов</b>	<b>«зачтено»</b>	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.5	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> основные понятия в сфере товароведной, оценочной деятельности и управления качеством (менеджмента качества) продукции; современные инструменты контроля качества и управления качеством <b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> систематизировать и анализировать данные по показателям качества, характеризующим разрабатываемую и выпускаемую продукцию, в том числе с использованием средств и технологий цифровизации; применять современные инструменты контроля качества и управления качеством	<b>Базовый</b>
<b>менее 50 баллов</b>	<b>«не зачтено»</b>	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.5	<b>Не знает на базовом уровне:</b> основные понятия в сфере товароведной, оценочной деятельности и управления качеством (менеджмента качества) продукции; современные инструменты контроля качества и управления качеством <b>Не умеет на базовом уровне:</b> систематизировать и анализировать данные по показателям качества, характеризующим разрабатываемую и выпускаемую продукцию, в том числе с использованием средств и технологий цифровизации; применять современные инструменты контроля качества и управления качеством	<b>Компетенции не сформированы</b>

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»**  
**Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.В.08 СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В**  
**УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ И ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки **38.03.07 ТОВАРОВЕДЕНИЕ**

Направленность (профиль) программы  
**ТОВАРНАЯ ЭКСПЕРТИЗА, ОЦЕНОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И**  
**УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Краснодар – 2021 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Социологические методы исследования в управлении качеством и оценочной деятельности» является рассмотрение методологии и методики проведения социологического исследования и примеров использования социологических методов в управлении качеством и оценочной деятельности для выявления и анализа причин снижения качества продукции и разработки предложений по их устранению.

### Задачи дисциплины:

- изучение основных понятий в области социологических исследований;
- обеспечение понимания студентами роли социологических исследований в управлении качеством и оценочной деятельности;
- освоение приемов сбора данных по показателям качества, характеризующим продукцию;
- обоснование выбора методов сбора, обработки и анализа информации и их практическое применение в целях выявления и анализа причин снижения качества продукции;
- изучение методов и процедур социологических исследований, методов и моделей социологического опроса, социального эксперимента, социального мониторинга для оценки показателей качества и безопасности;
- формирование умений по применению методов квалиметрического анализа продукции (работ, услуг).

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Социологические методы изучения потребительского поведения
2.	Основные виды социологического исследования
3.	Подготовительный этап исследования и измерение социальных явлений
4.	Методы социологического опроса
5.	Неопросные методы социологического исследования
6.	Выборочный метод исследования
7.	Анализ результатов социологического исследования
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. / 108 часов</b>	

**Форма контроля – зачет**

### Составитель:

доцент кафедры торговли и общественного питания Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова  
М.А. Дубинина