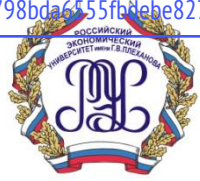


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 25.07.2019 19:55:09
Уникальный программный ключ:
798bda6555fb8e827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199



Приложение 3 к основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение и направление (профиль) программы «Товарная экспертиза и оценочная деятельность»

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

УТВЕРЖДЕНО
протоколом заседания Совета
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова
от «28» мая 2019 г. № 11
Зам. председателя *Г.Л. Авагян* Г.Л. Авагян



Кафедра торговли и общественного питания

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
для студентов приема 2019 г.**

**Б1.В.ДВ.01.02 СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
В ТОВАРОВЕДНОЙ И ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Направление подготовки 38.03.07
Товароведение**

**Направленность (профиль) программы
«Товарная экспертиза и оценочная деятельность»**

Уровень высшего образования Бакалавриат

Программа подготовки Прикладной бакалавриат

Краснодар
2019 г.

Рецензенты:

1. Хохлова Т.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова
2. Дьяков С.А., к.э.н., доцент кафедры управления и маркетинга ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина»


Аннотация рабочей программы дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности»

Цель изучения дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» состоит в рассмотрении методологии и методики проведения социологического исследования и примеров использования социологических методов в товароведной и оценочной деятельности; формирование профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение основных понятий в области социологических исследований;
- обеспечение понимания студентами роли социологических исследований в товароведной и оценочной деятельности;
- приобретение умений по выявлению проблем, определению целей и задач, объектов и направлений исследований, формулированию рабочих гипотез исследований;
- обоснование выбора методов сбора, обработки и анализа информации и их практическое применение с учетом специфики исследуемых проблем;
- освоение приемов исследования потребительских предпочтений, товаров и услуг с использованием источников первичной и вторичной маркетинговой информации;
- изучение методов и процедур социологических исследований, методов и моделей социологического опроса, социального эксперимента, социального мониторинга и др.;
- формирование умений по использованию теоретических знаний в практике социологических исследований в товароведении, формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

Составители:



(подпись)

М.А. Дубинина, к.э.н., доцент кафедры торговли и общественного питания

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению кафедрой торговли и общественного питания

Протокол от «28» марта 2019 г. № 8

Зав. КТП, к.э.н., доцент



(подпись)

С.Н.Диянова

СОГЛАСОВАНО

Протокол заседания Учебно-методического совета от «18» апреля 2019 г. № 6

СОГЛАСОВАНО



Луговой А.А., директор по маркетингу
ООО Агентство «Р-класс Маркет»

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
II. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	8
IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14
VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	17
VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	22
VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	24
Лист регистрации изменений.....	29

Приложения:

Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1 Цель дисциплины

Цель изучения дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» состоит в рассмотрении методологии и методики проведения социологического исследования и примеров использования социологических методов в товароведной и оценочной деятельности; формирование профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

1.2 Учебные задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- изучение основных понятий в области социологических исследований;
- обеспечение понимания студентами роли социологических исследований в товароведной и оценочной деятельности;
- приобретение умений по выявлению проблем, определению целей и задач, объектов и направлений исследований, формулированию рабочих гипотез исследований;
- обоснование выбора методов сбора, обработки и анализа информации и их практическое применение с учетом специфики исследуемых проблем;
- освоение приемов исследования потребительских предпочтений, товаров и услуг с использованием источников первичной и вторичной маркетинговой информации;
- изучение методов и процедур социологических исследований, методов и моделей социологического опроса, социального эксперимента, социального мониторинга и др.;
- формирование умений по использованию теоретических знаний в практике социологических исследований в товароведении, формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

1.3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)

Дисциплина «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» относится к вариативной части учебного плана и является дисциплиной по выбору.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Маркетинг».

1. Знать:

социологические методы исследований, методы оценки уровня качества, методы выявления потребностей и потребительских предпочтений, основные методы оценки качества, безопасности и идентификации товаров, методы диагностики дефектов

2. Уметь:

применять социологические методы исследований, проводить оценку качества товаров, определять потребности и потребительские предпочтения, выявлять опасную, некачественную, фальсифицированную и контрафактную продукцию.

3. Владеть:

методикой проведения социологических опросов и социальных экспериментов, изучения потребностей и потребительских предпочтений, методологией оценки качества потребительских товаров; методологией контроля качества товаров.

Изучение дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» необходимо для дальнейшего изучения дисциплины «Оценочная деятельность в товароведении и экспертизе» и выполнения выпускной квалификационной работы.

1.4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатель объема дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3 ЗЕТ		
Объем дисциплины в часах	108		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего	56,25	28,25	12,25
1. Аудиторная работа (Ауд), всего:	56	28	12
в том числе:			
лекции, в том числе интерактивные ()	28 (4)	8 (4)	4 (2)
лабораторные занятия, в том числе интерактивные ()	20 (2)	14 (2)	4
практические (семинарские) занятия, в том числе интерактивные ()	8 (6)	6 (6)	4 (4)
2. Электронное обучение (Элек.)	-	-	-
3. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	-
4. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	0,25	0,25	0,25
Самостоятельная работа (СР), всего:	51,75	79,75	95,75
в том числе:	-	-	-
самостоятельная работа в семестре (СРС)	51,75	79,75	92
самостоятельная работа в период экз. сессии (Контроль)	-	-	3,75

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

1.5 Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должна быть сформирована профессиональная компетенция

ПК-9 – Знанием методов идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции, сокращения и предупреждения товарных потерь.

В результате освоения компетенции **ПК-9** студент должен:

В результате освоения компетенции **ПК-9** студент должен:

1. Знать: основные социологические методы исследования, применяемые для оценки потребительского отношения и качества товаров.

2. Уметь: проводить социологические исследования по оценке качества товаров и изучению потребительских предпочтений

3. Владеть: методологией социологических исследований в товароведной и оценочной деятельности.

1.6 Формы контроля

Текущий контроль (контроль самостоятельной работы студента-КСР) осуществляется в процессе освоения дисциплины в виде следующих работ: собеседование, выполнение творческих ситуационных заданий, контрольных работ, тестирований, подготовка рефератов.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в форме **зачета**.

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

1.7. Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определены в «Положении об организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». (<http://www.rea.ru>)

Набор адаптационных методов обучения, процедур текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации осуществляется исходя из специфических особенностей восприятия, переработки материала обучающимися с ограниченными возможностями здоровья с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности», описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения ОПОП ВО

Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Образовательные технологии
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.	ПК-9	лекция; практическое занятие, собеседование, рефераты, тест (входной контроль)
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.	ПК-9	лекция; интерактивное практическое занятие, собеседование, ситуационное творческое задание, тест
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.	ПК-9	лекция; практическое занятие, собеседование, рефераты, тест
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.	ПК-9	интерактивная лекция; интерактивное практическое занятие, интерактивное лабораторное занятие, собеседование, ситуационное творческое задание
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.	ПК-9	лекция; интерактивное практическое занятие, собеседование, ситуационное творческое задание
Тема 6. Выборочный метод исследования	Понятие о сплошном и выборочном исследовании. Методы и виды выборки. Определение объема выборочной совокупности и обеспечение ее репрезентативности.	ПК-9	лекция; практическое занятие, собеседование, расчетное задание, тест
Тема 7. Анализ результатов социологического исследования	Подготовка инструментария к обработке. Обработка первичной информации. Таблицы сопряженности. Отображение и анализ данных	ПК-9	лекция, практическое занятие, собеседование, расчетное задание, тест

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности» используются следующие образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы:

1. Стандартные методы обучения:

лекции (во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала);

расчетные задания;

собеседования;

тестирование;

подготовка рефератов;

самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение письменных или устных заданий, работа с литературой, подготовка рефератов, эссе, презентаций.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

интерактивные лекции;

использование ситуационных творческих заданий (проблемно-ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта организации коммерческой деятельности отечественных и зарубежных компаний.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 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>

Нормативно-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

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

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>

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>

4.2 Перечень информационно-справочных систем

1. Информационная справочно-правовая система Консультант плюс (локальная версия)
2. Справочно-правовая система Гарант (локальная версия)
3. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>
4. Правовая справочно-консультационная система «Кодексы и законы РФ» <http://kodeks.systems.ru>
5. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации <http://docs.cntd.ru/>

4.3 Перечень электронно-образовательных ресурсов

1. ЭБС «ИНФРА–М» <http://znanium.com>
2. Научная электронная библиотека elibrary.ru <https://elibrary.ru/>
3. ЭБС ВООК.ru <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/>
8. Видеолекции НПП Краснодарского филиала <http://vrgteu.ru/course/view.php?id=6680>

4.4 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>

4.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://vrgteu.ru>
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам - федеральная информационная система открытого доступа к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов и к

электронной библиотеке учебно-методических материалов для всех уровней образования: дошкольное, общее, среднее профессиональное, высшее, дополнительное <http://window.edu.ru/>

3. Журнал «Современная торговля» - <http://panor.ru/news/?category=73>

4. Журнал «Торговая политика» - <https://tpjournal.hse.ru/>

5. Журнал «Маркетинг розничной торговли» - <https://www.grebennikoff.ru/product/5>

4.6 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

4.7 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Задания для организации самостоятельной работы представлены на сайте компьютерной поддержки учебной деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова в «Методическом пособии по проведению практических занятий с использованием интерактивных методов обучения и организации самостоятельной работы» по дисциплине «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности». Режим доступа: <http://vrgteu.ru>.

Пример заданий по организации самостоятельной работы студента.

Тема 1. Социологические методы изучения потребительского поведения

Литература: О-1; О-2; О-3; Д-1; НПД-1; НПД-2.

Вопросы для самопроверки:

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.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

Используя Интернет-ресурсы, подготовьте сообщение о результатах социологического исследования, связанного с товароведной и оценочной деятельностью

Тематика рефератов:

1. Характеристика внутренних и внешних поставщиков информации в социологических и маркетинговых исследованиях.
2. Деятельность агентств по маркетинговым исследованиям с полным набором услуг.
3. Роль информационных агентств в осуществлении исследований.
4. Характеристика деятельности специализированного агентства маркетинговых исследований.
5. Особенности работы интернет-агентств в сфере исследований.
6. Агентства полевых исследований как поставщики ограниченного набора услуг.
7. Обзор фирм, занимающихся панельными исследованиями.
8. Факторы, влияющие на выбор внешнего исполнителя исследования.
9. Организационная структура агентства маркетинговых исследований.
10. Обзор индустрии маркетинговых исследований в России.

Тема 2. Основные виды социологического исследования

Литература: О-1; О-3; Д-1; Д-5; НПД-1.

Вопросы для самопроверки:

1. Прикладные социологические исследования в области товароведения.
2. Разведывательные, описательные и аналитические исследования.
1. Монографические и точечные исследования.
2. Повторные исследования (трендовые, панельные, лонгитюдные).
3. Социологический мониторинг.
4. Сравнительные социологические исследования.
5. Роль маркетинговых исследований в товароведной деятельности.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Определите вид социологического исследования, дающий возможность сравнить степень распространения моды на суши среди населения России, Украины и Белоруссии.
2. Определите вид исследования, позволяющего изучить потребительский спрос на семечки в конкретном населенном пункте, проанализировать его причины, описать социально-демографические характеристики основных категорий потребителей и дать прогноз развития ситуации на ближайшую перспективу.

Тема 3. Подготовительный этап исследования и измерение социальных явлений

Литература: О-2; О-3; Д-1; Д-3; Д-4; Д-5.

Вопросы для самопроверки:

1. Логическая последовательность действий при разработке программы социологического исследования.
2. Постановка проблемы, объект, предмет, цель, задачи, гипотеза исследования.
3. Определение обследуемой совокупности.
4. Рабочий план проведения исследования.
5. Вспомогательные документы.
6. Измерения в социологических исследованиях.
7. Построение шкал.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Сформулируйте цель, задачи, объект и предмет исследования, направленного на изучение потребительских предпочтений определенного товара (майонез, влажные салфетки, др).
2. Составьте три вопроса, касающихся потребительских предпочтений данного вида продукта, используя три вида шкал: номинальную, ранговую и интервальную.

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.
6. Панельные исследования.
7. Бенчмаркинг как способ получения информации.
8. Обзор качественных и количественных исследований.
9. Измерения в маркетинговых исследованиях. Основные виды шкал.
10. Классификация методов шкалирования: сравнительные и несравнительные шкалы.

Тема 4. Методы социологического опроса

Литература: О-1; О-2; Д-1; Д-5.

Вопросы для самопроверки:

1. Анкетный опрос групповой и индивидуальный.
2. Социологическая анкета. Требования к содержанию, композиции и оформлению анкеты
3. Классификация вопросов анкеты.
4. Личные опросы, опросы по почте, телефонные опросы, Интернет-опросы.
5. Глубинные интервью как метод исследования товаров и услуг.
6. Значение метода фокус-групп в изучении восприятия нового товара.
7. Социологический тест: классификация и сфера применения..
8. Экспертный опрос.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Составьте три вопроса для выяснения отношения респондентов к пористому шоколаду. Поясните, каким правилом расположения вопросов вы при этом руководствовались.
2. Подготовьте опросник для изучения потребительских предпочтений соков для детей.

Тема 5. Неопросные методы социологического исследования

Литература: О-1; О-3; Д-1; Д-4; Д-5.

Вопросы для самопроверки:

1. Методы наблюдения: преимущества, недостатки, виды, особенности проведения.
2. Социальный эксперимент: классификация основных видов, подготовка и проведение экспериментов.
3. Метод анализа документов.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Выделите единицы анализа и единицы счета для проведения контент-анализа статей о разработках мороженого, опубликованного в журнале «Молочная промышленность» за последние 5 лет. Составьте бланк для занесения данных контент-анализа.
2. Опишите процедуру подготовки и проведения эксперимента для определения степени связи цены и спроса на антиперспиранты.

Тема 6. Выборочный метод исследования

Литература: О-1; О-2; Д-1; Д-2; Д-4; Д-5.

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие о сплошном и выборочном исследовании.
2. Методы и виды выборки.
3. Определение объема выборочной совокупности и обеспечение ее репрезентативности.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Определите, какой вид выборки респондентов в большей степени подходит для изучения потребительских оценок кондитерских изделий предприятия «Белореченские торты».
2. Какая выборка в большей степени соответствует изучению видов газированных напитков, предпочитаемых студентами вузов? Объясните свой выбор.

Тема 7. Анализ результатов социологического исследования

Литература: О-1; О-2; Д-1; Д-2 Д-4; Д-5.

Вопросы для самопроверки:

1. Подготовка инструментария к обработке.
2. Обработка первичной информации.
3. Таблицы сопряженности.
4. Отображение и анализ данных.

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Проанализируйте данные таблицы.

Связь предпочтений видов фруктовых сиропов с возрастом респондентов, %

Виды сиропа	Возраст (лет)				всего
	до 30	31—45	46—60	старше 60	
Яблочный	29,0	20,4	18,6	8,9	18,8
Апельсиновый	55,0	51,6	32,9	15,3	38,6
Вишневый	16,0	28,0	48,5	76,8	42,6
Всего	23,6	26,4	24,7	25,3	100,0

2. Изобразите данные, представленные в таблице, в виде рисунка.

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения: в форме электронного документа; в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха и нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

4.8 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации дисциплины «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности» используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оборудованные мультимедийным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала.

Освоение дисциплин лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей на основании заявления студента.

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Тематический план изучения дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» для студентов очной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.1

Таблица 5.1

Наименование разделов и тем	Контактная работа / контактные часы											Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы							Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час	контроль /СР в сессию	
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы / часы										
Тема 1. Социологические методы изучения потребительского поведения	4	1	-	5	-	-		-	-	-	-	Лит, С, Р, Т	6	-	собеседование, рефераты, тесты (входной контроль)
Тема 2. Основные виды социологического исследования	4	1	-	5	-	СТЗ/2		-	-	-	-	Лит, С, СТЗ, Т.	6	-	собеседование, ситуационное творческое задание, тест
Тема 3. Подготовительный этап исследования и измерение социальных явлений	4	2	-	6				-	-	-	-	Лит, С, РЗ, Т	8	-	собеседование, рефераты, тест
Тема 4. Методы социологического опроса	4	2	4	10	ИЛ/4	СТЗ/2	СТЗ/2	-	-	-	-	Лит, С, СТЗ	8	-	собеседование, ситуационное творческое задание
Тема 5. Неопросные методы социологического исследования	4	2	-	6	-	СТЗ/2		-	-	-	-	Лит., С, СТЗ	6	-	собеседование, ситуационное творческое задание
Тема 6. Выборочный метод исследования	4	-	8	12	-	-		-	-	-	-	Лит., С, РЗ, Т	8	-	собеседование, расчетное задание, тест
Тема 7. Анализ результатов социологического исследования	4	-	8	12	-	-		-	-	-	-	Лит., С, РЗ, Т	9,75	-	собеседование, расчетное задание, тест
Итого	28	8	20	56	4	6	2	-	-	-	-	-	51,75	-	-
Зачет	-	-	-	-	-	-	-	-	0,25	-	-	-	-	-	-
Всего по дисциплине	-	-	-	56	-	-	-	-	0,25	-	-	-	51,75	-	108

Тематический план изучения дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» для студентов очно-заочной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.2

Таблица 5.2

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы											Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы							Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час	контроль /СР в сессию	
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч.интерактивные формы /часы										
Тема 1. Социологические методы изучения потребительского поведения	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	Лит, Р, Т	6	-	рефераты, тесты (входной контроль)
Тема 2. Основные виды социологического исследования	1	2	-	3	-	СТЗ/2	-	-	-	-	-	Лит, С, СТЗ, Т.	6	-	собеседование, ситуационное творческое задание, тест
Тема 3. Подготовительный этап исследования и измерение социальных явлений	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	Лит, С, РЗ, Т	12	-	собеседование, рефераты, тест
Тема 4. Методы социологического опроса	4	2	4	10	ИЛ/4	СТЗ/2	СТЗ/2	-	-	-	-	Лит, С, СТЗ	12	-	собеседование, ситуационное творческое задание
Тема 5. Неопросные методы социологического исследования	1	2	-	3	-	СТЗ/2	-	-	-	-	-	Лит., С, СТЗ	12	-	собеседование, ситуационное творческое задание
Тема 6. Выборочный метод исследования	-	-	4	4	-	-	-	-	-	-	-	Лит., С, РЗ, Т	12	-	собеседование, расчетное задание, тест
Тема 7. Анализ результатов социологического исследования	-	-	6	6	-	-	-	-	-	-	-	Лит., С, РЗ, Т	12,75	-	собеседование, расчетное задание, тест
Итого	8	6	14	28	4	6	2	-	-	-	-	-	79,75	-	-
Зачет	-	-	-	-	-	-	-	-	0,25	-	-	-	-	-	-
Всего по дисциплине	-	-	-	28	-	-	-	-	0,25	-	-	-	79,75	-	108

Тематический план дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» для студентов заочной формы обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.2.

Таблица 5.2

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы											Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы							Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии, Каттэкз	формы	в семестре, час	контроль /СР в сессию	
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	в сессии	в т.ч. интерактивные формы /часы										
Тема 1. Социологические методы изучения потребительского поведения	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит	12	-	Контрольная работа
Тема 2. Основные виды социологического исследования	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	Лит	12	-	Контрольная работа
Тема 3. Подготовительный этап исследования и измерение социальных явлений	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит	14	-	Контрольная работа
Тема 4. Методы социологического опроса	2	4	-	6	<i>ИЛ/2</i>	<i>СТЗ/4</i>	-	-	-	-	-	Лит, С, СТЗ	14	-	собеседование, ситуационное творческое задание
Тема 5. Неопросные методы социологического исследования	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	Лит.	12	-	Контрольная работа
Тема 6. Выборочный метод исследования	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	Лит., С, РЗ, Т	14	-	собеседование, расчетное задание, тест
Тема 7. Анализ результатов социологического исследования	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	-	Лит., С, РЗ, Т	14	-	собеседование, расчетное задание, тест
Итого	4	4	4	12	2	4	-	-	-	-	-	-	92	-	-
Зачет	-	-	-	-	-	-	-	-	0,25	-	-	-	-	3,75	-
Всего по дисциплине	-	-	-	12	-	-	-	-	0,25	-	-	-	92	3,75	108

*Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» определены в «Методическом пособии по организации самостоятельной работы», а также «Методическом пособии по подготовке к семинарским и практическим занятиям с использованием инновационных технологий обучения» для студентов направления подготовки программы бакалавриата 38.03.07 Товароведение направленность (профиль) программы Товарная экспертиза и оценочная деятельность, представленного на сайте КФ РЭУ Г.В.Плеханова «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова» режим доступа - <http://vrgteu.ru/>

Затраты времени на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания (контрольной, расчетной работы и др.) определяются преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, эмпирически.

Сокращения, используемые в Тематическом плане изучения дисциплины, таблица 5.4

Таблица 5.4

Сокращение	Вид работы
1. ИЛ	Интерактивная лекция (лекция-визуализация)
2. СТЗ	Ситуационное творческое задание
3. Лит	Работа с литературой
4. РЗ	Расчетное задание
5. Р	Подготовка реферата
6. Т	Подготовка к тесту
7. С	Подготовка к собеседованию

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» разработаны в соответствии с требованиями Положения «О фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». Оценочные и методические материалы хранятся на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины.

Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности» представлены в разделе II «Содержание дисциплины».

Типовые контрольные задания по дисциплине «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности», необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы включают в себя:

1 Диагностическое тестирование входного контроля уровня подготовки обучающихся или уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин

1. Величина, встречающаяся чаще всего в данных выборки, называется:

- а) модой;
- б) медианой;
- в) средним арифметическим.

2. Вертикальный график, в котором высота столбцов представляет относительную или накопленную частоту явлений и который очень часто используется для визуализации проанализированной информации, называется:

- а) диаграммой;
- б) пиктографией;
- в) гистограмма.

3. Данные, собранные самим исследователем для конкретной цели при решении задачи исследования, - это ...

- а) вторичные;
- б) синдицированные;
- в) первичные.

4. Совокупность всех элементов или объектов, которые владеют необходимой исследователю информацией, называют ...

- а) единицей выборки;
- б) выборкой;
- в) целевой популяцией.

5. Вторичная маркетинговая информация отличается следующими достоинствами:

- а) она всегда соответствует целям исследования, известна методология ее сбора;
- б) многие ее виды недороги, информация собирается быстро;
- в) в ней отсутствуют противоречия, можно определить ее достоверность.

2 Тематика курсовых работ

Согласно учебному плану по дисциплине «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности» курсовая работа не предусмотрена.

3 Вопросы 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.

Практические 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 определения иерархии факторов, формирующих потребительские предпочтения продовольственных товаров, реализуемых на потребительском рынке, у людей пожилого и преклонного возраста.
8. Подготовьте анкету для выявления отношения студентов к качеству питания в столовой вуза и предлагаемым мерам по его улучшению.
9. Опишите модель выборки респондентов для опроса студентов о качестве питания в столовой их вуза.

10. Разработайте программу исследования для выявления отношения родителей к обогащению школьных завтраков и обедов биологически активными веществами в целях коррекции пищевого статуса детей.
11. Сформулируйте вопросы родителям о качестве питания их детей в школах, обеспечивающие возможность внести свои замечания и предложения.
12. Составьте вопросы анкеты, которые позволят при дальнейшей обработке данных определить социальный статус родителей, удовлетворенных или неудовлетворенных школьным питанием.
13. Разработайте программу исследования причин потребительских предпочтений одноименных товаров отечественного или импортного производства.
14. Составьте анкету опроса респондентов о причинах их предпочтений товаров отечественного или импортного производства.
15. Составьте закрытые вопросы для определения уровня дохода респондентов и доли семейного бюджета, расходуемой на питание.
16. Сформулируйте вопросы, которые позволят определить степень зависимости потребительских предпочтений продуктов питания населения от уровня семейного дохода.
17. Опишите процедуру организации и проведения опроса населения о потребительских предпочтениях продуктов питания.
18. Составьте программу социологического исследования пищевых предпочтений потребителей, страдающих сахарным диабетом.
19. Сформулируйте вопросы анкеты, направленные на определение пищевых продуктов, преобладающих в рационе питания потребителей с симптомами заболевания сахарным диабетом.
20. Составьте вопросы анкеты, которые позволят при последующем корреляционном анализе распределить респондентов с признаками заболевания сахарным диабетом по половозрастным категориям.
21. Составьте два вопроса (основной и контрольный) для определения процента населения, знающего о существовании профилактических продуктов питания, которые направлены на выведение из организма человека тяжелых металлов и радионуклеидов.
22. Сформулируйте вопросы, позволяющие оценить степень информированности населения о наличии и свойствах профилактических продуктов питания, имеющихся на потребительском рынке.
23. Предложите вопросы, с помощью которых можно проверить реакцию населения на мероприятия по совершенствованию организации профилактического питания.
24. Составьте программу социологического исследования предпочтений потребителей, страдающих пародонтозом, в выборе зубной пасты.
25. Сформулируйте вопросы анкеты, направленные на определение марок зубных паст, преобладающих в потребительской корзине лиц с симптомами пародонтоза.
26. Составьте вопросы анкеты, которые позволят при последующем корреляционном анализе распределить респондентов с признаками заболевания пародонтозом по половозрастным категориям.
27. Разработайте программу исследования для определения иерархии факторов, формирующих потребительские предпочтения непродовольственных товаров, реализуемых на потребительском рынке, у людей молодого возраста.
28. Составьте анкету массового опроса для реализации программы исследования для определения иерархии факторов, формирующих потребительские предпочтения непродовольственных товаров, реализуемых на потребительском рынке, у людей молодого возраста.
29. Сформулируйте вопросы, которые позволят определить степень зависимости потребительских предпочтений непродовольственных товаров молодых людей от пола и уровня семейного дохода.
30. Составьте закрытые вопросы для определения уровня дохода респондентов и доли семейного бюджета, расходуемой на одежду и обувь.
31. Сформулируйте вопросы, которые позволят определить степень зависимости потребительских предпочтений в выборе одежды и обуви от уровня семейного дохода.

32. Опишите процедуру организации и проведения опроса населения о потребительских предпочтениях в выборе одежды и обуви.

33. Выделите единицы анализа и единицы счета для проведения контент-анализа патентов на посуду, зарегистрированных за последние 10 лет.

34. Охарактеризуйте форму бланка, необходимого для проведения контент-анализа зарегистрированных патентов на посуду.

35. Проведите контент-анализ патентов на посуду, зарегистрированных в течение последних 10 лет.

36. Опишите модель выборки респондентов для опроса владельцев ретро-автомобилей об их качестве и рыночной стоимости.

4 Типовые задания к практическим занятиям:

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие о сплошном и выборочном исследовании.
2. Методы и виды выборки.
3. Определение объема выборочной совокупности и обеспечение ее репрезентативности.

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.

Вопросы для обсуждения:

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?

Вопросы и задания для самостоятельной работы:

1. Определите, какой вид выборки респондентов в большей степени подходит для изучения потребительских оценок кондитерских изделий предприятия «Белореченские торты».
2. Какая выборка в большей степени соответствует изучению видов газированных напитков, предпочитаемых студентами вузов? Объясните свой выбор.

5 Перечень лабораторных работ

Тема 6. «Выборочный метод исследования»

Лабораторная работа 1. Использование электронных таблиц Excel для вычисления выборочных характеристик данных

Лабораторная работа 2. Использование электронных таблиц Excel для построения распределений случайных величин и генерации случайных чисел

Лабораторная работа 3. Использование электронных таблиц Excel для построения выборочных функций распределения

Тема 7. «Анализ результатов социологического исследования»

Лабораторная работа 4. Использование электронных таблиц Excel для обработки данных тестирования

Лабораторная работа 5. Использование электронных таблиц Excel для проведения корреляционного анализа

Лабораторная работа 6. Использование электронных таблиц Excel для проведения дисперсионного анализа

6 Типовые задания к интерактивным занятиям

Ситуационные творческие задания:

1. Вы консультант по маркетинговым исследованиям, которого наняли для того, чтобы организовать фокус-группы для инновационной закуской в немецком стиле. Какой тип людей Вы выберете для участия в фокус-группах? Какие критерии отбора Вы примените? Какие вопросы будете задавать?

2. Спортивный центр пытается определить, почему большинство студентов не пользуется его услугами. Проведите фокус-групповое исследование, чтобы определить, что можно сделать для привлечения большего числа студентов в спортивный центр, основываясь на результатах фокус-групп, сформулируйте гипотезы.

3. Косметическая фирма хотела бы увеличить свои продажи среди студенток колледжей. Фирма наняла вас как консультанта для того, чтобы понять систему отношений студенток, особенности их покупок и опыт в использовании косметики. Проведите несколько глубоких интервью. Устно обобщите результаты исследований.

7. Примеры тестов для контроля знаний

1. Тестовое задание 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. Тестовое задание 2:

Уровень контроля выборки лучше всего при личном интервью:

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

3. Тестовое задание 3:

План составления выборки разрабатывается на этапе:

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

4. Тестовое задание 4:

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

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

5. Тестовое задание 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.

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» представлены в нормативно-методических документах:

Положение об интерактивных формах обучения (<http://www.rea.ru>)

Положение об организации самостоятельной работы студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение об учебно-исследовательской работе студентов (<http://www.rea.ru>)

Организация деятельности студента по видам учебных занятий по дисциплине «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности» представлена в таблице 7.1:

Таблица 7.1

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Интерактивная лекция	требует от участников активного участия и постоянной обработки информации. Интерактивная лекция объединяет в себе аспекты традиционной лекции и тренинговой игры. Передача информации может осуществляться в проблемно-поисковой форме.
Лабораторная работа	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Проводится в лаборатории. Работа с нормативными документами, проведение анализов на лабораторном оборудовании, исследование образцов продукции, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Решение расчетно-графических заданий, решение ситуационных задач по алгоритму и др.
Расчетное задание	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с поясняющим текстом по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомление со структурой и оформлением реферата
Собеседование	Ответы на устные вопросы при текущем контроле. Выступление студента при ответе на поставленный вопрос является основной формой контроля и оценки его успеваемости. Когда контроль проводится в форме устного выступления, от студента требуется умение в сжатые сроки подготовить свой ответ, убедительно выступить и правильно ответить на дополнительные вопросы.
Ситуационные творческие задания	Обучение, при котором студенты и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций или задач. При данном методе обучения студент самостоятельно вынужден принимать решение и обосновать его
Тестовое задание	Минимальная составляющая единица теста, которая состоит из условия (вопроса) и, в зависимости от типа задания, может содержать или не содержать набор ответов для выбора (может использоваться как промежуточный контроль по любой теме).

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В.Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом, таблица 8.1:

Таблица 8.1

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)	40
Итого	100

Критерии оценки заданий текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре

1) Расчет баллов по результатам текущего контроля

Расчет баллов по результатам текущего контроля в семестре представлен в таблице 8.2:

Таблица 8.2

Форма контроля	Наименование раздела (темы), выносимых на контроль	Форма проведения контроля	Количество баллов, максимально
Текущий контроль	Тема 1. Социологические методы изучения потребительского поведения	Собеседование, оценка выступлений по рефератам проверка теста (входной контроль)	1 1 не оценивается
	Тема 2. Основные виды социологического исследования	собеседование оценка СТЗ проверка теста	1 1 1
	Тема 3. Подготовительный этап исследования и измерение социальных явлений	собеседование оценка выступлений по рефератам проверка теста	1 1 1
	Тема 4. Методы социологического опроса	собеседование оценка СТЗ	1 1
	Тема 5. Неопросные методы социологического исследования	собеседование оценка СТЗ	1 1
	Тема 6. Выборочный метод исследования	собеседование оценка РЗ проверка теста	1 2 1
	Тема 7. Анализ результатов социологического исследования	собеседование оценка РЗ проверка теста	1 2 1
Всего			20

2) Критерии оценки заданий к практическим (семинарским) занятиям

Критерии оценивания реферата, доклада:

1 балл - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления реферата; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

0,5 балла - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте

реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

0,25 балла - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в целом реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; в целом реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

0 баллов - выставляется студенту, если содержание реферата не соответствует заявленной в названии тематике или в реферате отмечены нарушения общих требований написания реферата; есть ошибки в техническом оформлении; есть нарушения композиции и структуры; в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; не в полном объёме представлен список использованной литературы, есть ошибки в его оформлении; отсутствуют или некорректно оформлены и не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат не представляет собой самостоятельного исследования, отсутствует анализ найденного материала, текст реферата представляет собой непереработанный текст другого автора (других авторов).

При оценивании реферата нулём баллов он должен быть переделан в соответствии с полученными замечаниями и сдан на проверку заново не позднее срока окончания приёма рефератов.

Не получив максимальный балл, студент имеет право с разрешения преподавателя доработать реферат, исправить замечания и вновь сдать реферат на проверку.

Критерии оценки собеседования:

При оценке устных ответов студентов по дисциплине «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности» учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.

2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.

3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.

4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

1 балл - оценивается ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

0,5 балла - оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

0,25 балла - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно

свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

0 баллов - оценивается ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Критерии оценивания расчетного задания:

2 балла - выставляется студенту, если исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал и выполняет задание, умеет тесно увязывать теорию с практикой, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

1,5 балла - выставляется студенту, если он по существу излагает материал и выполняет задание, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

1 балл - выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности при выполнении задания, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0,5 балла - выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала и выполняет задание поверхностно, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на практикоориентированные вопросы.

Критерии оценивания тестовых заданий

Оценка по результатам тестирования складывается исходя из суммарного результата ответов на блок вопросов. Общий максимальный балл по результатам тестирования – 1 балл. Соответственно каждый правильный ответ в блоке из 10 вопросов оценивается в 0,1 балла.

3) Критерии оценки заданий к интерактивным занятиям

Критерии оценки творческого ситуационного задания

1 балл выставляется студенту, если он исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал по теме задания; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы по теме доклада, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;

0,5 балла выставляется студенту, если он демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;

0,25 балла выставляется студенту, если он поверхностно раскрывает материал по теме задания, у него имеются базовые знания специальной терминологии по обсуждаемому вопросу, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки;

0 балла выставляется студенту, если он не раскрыл материал по теме задания

Критерии оценки творческого рейтинга

Распределение баллов осуществляется по решению кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляется в виде следующей таблицы 8.3

Таблица 8.3

Наименование раздела (темы) дисциплины	Вид работы	Количество баллов, максимально
Тема 5. Неопросные методы социологического исследования	Индивидуальное творческое задание	10
Тема 7. Анализ результатов социологического исследования	Индивидуальное творческое задание	10
Итого		20

Критерии оценки индивидуального творческого задания:

9-10 баллов ставится обучающемуся, владеющему высоким теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач, продемонстрировавшему компетентность в вопросах использования методов научно-исследовательской деятельности, выполнившему проект в полном объеме, на высоком качественном уровне.

7-8 баллов заслуживает обучающийся, владеющий достаточным теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач; проявивший сформированность умений научно-исследовательской деятельности; испытывающий некоторые затруднения в проектировании собственного исследования; который предоставил материалы в полном объеме, выполненные на хорошем качественном уровне.

5-6 баллов заслуживает обучающийся, выполнивший основные задачи задания, не проявляющий творческого, познавательного, исследовательского интереса в решении поставленных задач; испытывающий затруднения в работе.

0-4 балла заслуживает обучающийся, выполнивший проект с серьезными ошибками, или не выполнивший в полном объеме задание.

Критерии оценки промежуточной аттестации

Зачет по результатам изучения дисциплины «Социологические методы исследования в товароведной и оценочной деятельности» проводится по вопросам, включающим **два теоретических вопроса и 1 задание**, и соответствует **40 баллам**. Оценка по результатам зачета выставляется по следующим критериям:

- правильный ответ на **первый вопрос – 15 баллов**;
- правильный ответ на **второй вопрос- 15 баллов**;
- правильно выполненное задание - **10 баллов**

В случае частично правильного ответа на вопрос или решения задачи, студенту начисляется определенное преподавателем количество баллов.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в течение семестра. Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

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

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«отлично» «зачтено»	ПК-9	Знает верно и в полном объеме: основные социологические методы исследования, применяемые для оценки потребительского отношения и качества товаров. Умеет верно и в полном объеме: проводить

			социологические исследования по оценке качества товаров и изучению потребительских предпочтений Владеет навыками верно и в полном объеме: методологией социологических исследований в товароведной и оценочной деятельности
70 – 84 баллов	«хорошо» «зачтено»	ПК-9	Знает с незначительными замечаниями: основные социологические методы исследования, применяемые для оценки потребительского отношения и качества товаров. Умеет с незначительными замечаниями: проводить социологические исследования по оценке качества товаров и изучению потребительских предпочтений Владеет навыками с незначительными замечаниями: методологией социологических исследований в товароведной и оценочной деятельности
50 – 69 баллов	«удовлетворительно» «зачтено»	ПК-9	Знает на базовом уровне, с ошибками: основные социологические методы исследования, применяемые для оценки потребительского отношения и качества товаров. Умеет на базовом уровне, с ошибками: проводить социологические исследования по оценке качества товаров и изучению потребительских предпочтений Владеет на базовом уровне, с ошибками: методологией социологических исследований в товароведной и оценочной деятельности
менее 50 баллов	«неудовлетворительно» «не зачтено»	ПК-9	Не знает на базовом уровне: основные социологические методы исследования, применяемые для оценки потребительского отношения и качества товаров. Не умеет на базовом уровне: проводить социологические исследования по оценке качества товаров и изучению потребительских предпочтений Не владеет на базовом уровне: методологией социологических исследований в товароведной и оценочной деятельности

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. Рабочая программа по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.03.2020 № 8

И.о. зав. кафедрой

 Е.Н. Губа

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол от 19.03.2020 № 7

Председатель

 Г.Л. Авагян

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол 26.03.2020 № 11

Председатель

 А.В. Петровская

Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

**Карта обеспеченности дисциплины «Социологические методы исследований в товароведной и оценочной деятельности»
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами**

Кафедра торговли и общественного питания

ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) программы Товарная экспертиза и оценочная деятельность

Уровень подготовки бакалавриат

№ п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Количество печатных экземпляров (шт.)	Наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС	Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1(при наличии в ЭБС); или =(столбец4/столбец7) (при отсутствии в ЭБС)
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1	Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие для бакалавров / Л. Н. Зонова, Л. В. Михайлова, Е. Н. Власова. - 2-е изд., стер.	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 192 с. ISBN 978-5-394-03581-4. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=358191	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Методология и методы социологического исследования: Учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. — 2-е изд., стер.	— М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 256 с. - ISBN 978-5-394-03248-6. Режим доступа: - https://znanium.com/read?id=358265	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	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	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
Всего			x	3	x	x	1
Дополнительная литература							
1	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	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1

1	2	3	4	5	6	7	8
2	Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп.	Москва : КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 392 с. ISBN 978-5-905554-08-7. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=354450	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	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	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
4	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	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
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	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
Всего			x	5	x	x	1

Преподаватель



М.А. Дубинина

(подпись)

И.о. зав. кафедрой



Е.Н. Губа

(подпись)

СОГЛАСОВАНО



Библиотекарь

Н.И. Криво