



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



КГЭУ

Подписан: ФГБОУ ВО «КГЭУ»,
КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Владелец: Торкунова Юлия Владимировна,
Директор цифровых технологий и экономики.
Сертификат: 04637A9600B7AE93974C7182805C6B90EF
Действителен с 17.06.2022 по 17.06.2023



УТВЕРЖДАЮ

Директор Цифровых технологий и
экономики

Ю.В. Торкунова

«26» октября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ данных в социологии и маркетинге

Направление
подготовки

39.03.01 Социология

Направленность профиль 39.03.01 Экономическая социология и маркетинг

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2020

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75).

Программу разработала:

доцент, к.соц.н.

(должность, ученая степень)

26.10.2020

(дата, подпись)



Хизбуллина Р.Р.

(Фамилия И.О.)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры-разработчика «Социология, политология и право», протокол № 14 от 26 октября 2020
Заведующий кафедрой СПП Н.М. Мухарямов

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры «Социология, политология и право», протокол № 14 от 26 октября 2020
Заведующий кафедрой СПП Н.М. Мухарямов

Программа одобрена на заседании учебно-методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 2 от 26 октября 2020 г.

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики
/Косулин В.В./



подпись

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 2 от 26 октября 2020 г.

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Анализ данных в социологии и маркетинге» является приобретение и применение в профессиональной деятельности знаний, умений и навыков в области эффективного использования методов анализа данных социологических и маркетинговых исследований, аналитической работы с информацией.

Задачами дисциплины являются:

- получение систематизированного представления о методах анализа данных социологических и маркетинговых исследований;
- знакомство обучающихся с областью применения методов анализа данных социологических и маркетинговых исследований и спецификой их представления;
- овладение навыками практического применения методов анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием пакетов прикладных статистических программ и построения аналитического отчета.

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-4: Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности	ПК-4.1: Использует прикладные статистические программы анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики	Знать: - сущность и виды прикладных статистических программ анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики (З1); Уметь: - объяснить выбор вида прикладной статистической программы анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики в профессиональной проектной деятельности (У1); Владеть: - навыками применения опций прикладных статистических программ в анализе данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики (В1).
	ПК-4.2: Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового	Знать: - сущность и специфику описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности (З1);

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Профессиональные компетенции (ПК)		
	исследования, разрабатывает аналитическую отчетность	Уметь: - объяснить алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности (У1); Владеть: - навыками применения описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритма разработки аналитической отчетности в профессиональной деятельности (В1).
	ПК-4.3: Анализирует большие данные с использованием новых цифровых технологий	Знать: - цели и задачи применения больших данных с использованием новых цифровых технологий при анализе данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности (З1); Уметь: - применять алгоритм работы с большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности (У1); Владеть: - навыками работы с большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности (В1).

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Анализ данных в социологии и маркетинге» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 39.03.01 «Социология»

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
-----------------	--	---

УК-1	История (История России, Всеобщая история) Философия Информатика Высшая математика Информационно-коммуникационные технологии Производственная практика (проектно- технологическая)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-2	Основы экономики Высшая математика Антикоррупционная политика Политология Менеджмент Правоведение Производственная практика (проектно - технологическая)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-3	Антикоррупционная политика Учебная практика (ознакомительная) Социальная психология Менеджмент	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-4	Русский язык и культура речи Иностранный язык	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-5	Концепции современного естествознания История (История России, Всеобщая история) Философия Социальная структура современного общества Политология Основы социологии	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-6	Технологии самообразования и самоорганизации Учебная практика (ознакомительная)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

УК-7	Здоровый образ жизни и экология человека Учебная практика (ознакомительная) Прикладная физическая подготовка Оздоровительная физическая подготовка Общая физическая подготовка Физическая культура и спорт	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-8	Здоровый образ жизни и экология человека Безопасность жизнедеятельности Производственная практика (проектно- технологическая)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-1	Информационно-библиографическая культура Основы статистики Учебная практика (ознакомительная) Социально-экономическая статистика Информационно-коммуникационные технологии Производственная практика (проектно- технологическая)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-2	История социологии Экономическая социология и социология труда Социальная структура современного общества Основы социологии Учебная практика (ознакомительная) Социологические проблемы изучения общественного мнения Современные социологические теории Производственная практика (проектно- технологическая)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

ОПК-3	Проектная деятельность Учебная практика (ознакомительная) Основы маркетинга Методология и технологии проведения анкетного опроса и интервью Производственная практика (проектно - технологическая)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-4	История социологии Государственное и муниципальное управление Экономическая социология и социология труда Учебная практика (ознакомительная) Современные социологические теории Производственная практика (проектно- технологическая) Социальное предпринимательство	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-1	Теория измерений в социологии и маркетинге Организация социологических и маркетинговых служб на предприятии энергетической отрасли Подготовка и проведение социологического и маркетингового исследования Методология и методы социологического и маркетингового исследования	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

ПК-2	Социология маркетинговых коммуникаций Социология организаций и управления Социально-экономические проблемы предприятий в энергетической отрасли Организация социологических и маркетинговых служб на предприятии энергетической отрасли Социологическая теория риска Социально-экономическое прогнозирование и проектирование Подготовка и проведение социологического и маркетингового исследования Международная практика маркетинговых и социологических исследований	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-3	Теория измерений в социологии и маркетинге Социологические методы формирования маркетинговой стратегии Социально-экономическое прогнозирование и проектирование Методы прикладной статистики для социологов и маркетологов Методология и методы социологического и маркетингового исследования Интернет-маркетинг и маркетинг в социальных сетях Анализ рынков в социологических и маркетинговых исследованиях	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

ПК-4	Основы кодирования и математического моделирования в социологии и маркетинге Социально-экономическое поведение семьи и домохозяйств Теория измерений в социологии и маркетинге Социологические методы формирования маркетинговой стратегии Прикладные статистические программы в социологических и маркетинговых исследованиях Методы прикладной статистики для социологов и маркетологов Интернет-маркетинг и маркетинг в социальных сетях Анализ рынков в социологических и маркетинговых исследованиях	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-5	Социология предпринимательства, финансово-экономического поведения и потребления Социология организаций и управления Социально-экономическое поведение семьи и домохозяйств Социология брендов Социологические методы формирования маркетинговой стратегии Социально-экономические проблемы предприятий в энергетической отрасли Организация социологических и маркетинговых служб на предприятии энергетической отрасли Социологическая теория риска Социально-экономическое прогнозирование и проектирование Международная практика маркетинговых и социологических исследований Анализ рынков в социологических и маркетинговых исследованиях	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

До изучения дисциплины «Анализ данных в социологии и маркетинге» обучающийся должен:

знать:

- теоретические и методические особенности различных социологических и экономических теорий и подходов к анализу социальных, экономических, явлений, процессов и маркетинговой деятельности;
- основные социологические, экономические, статистические, маркетинговые понятия, категории, их соотношение;
- логику и основные принципы построения социологического и маркетингового исследования.
- основные принципы использования прикладных статистических программ.

уметь:

- анализировать актуальные проблемы современного общества с опорой на статистические данные;
- ориентироваться в понятийном и категориальном аппарате, используемом в социологических и маркетинговых исследованиях;
- обобщать, систематизировать, интерпретировать статистическую информацию.

владеть:

- терминологией в области теоретической и прикладной социологии, экономики, маркетинга, статистики и информатики;
- основными методами сбора и преобразования (кодирования) социологической и маркетинговой информации с помощью информационных технологий;
- навыками использования прикладных статистических программ при проведении социологических, маркетинговых исследований.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (ЗЕ), всего 216 часов, из которых 117 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 32 час., занятия семинарского типа (практические, семинарские занятия) 64 час., групповые и индивидуальные консультации 2 час., прием экзамена (КПА), зачета с оценкой - 1 час., самостоятельная работа обучающегося 64 час, контроль самостоятельной работы (КСР) - 2 час.

Практическая подготовка по виду профессиональной деятельности составляет 11 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		8
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	216	216
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	117	117

Лекционные занятия (Лек)	32	32
Практические занятия (Пр)	64	64
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)	2	2
Консультации (Конс)	2	2
Консультации, сдача и защита Курсовой работы	16	16
Контактные часы во время аттестации (КПА)	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	64	64
<i>Подготовка к промежуточной аттестации в форме курсовой работы, экзамена</i>	35	35
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (За – зачет, ЗО – зачет с оценкой, Э – экзамен)	КР, Эк	Эк

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Семестр	Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС									Формируемые результаты обучения	Литература	Формы текущего контроля успеваемости	Формы промежуточной аттестации	Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе
		Занятия лекционного типа	Занятия практического / семинарского типа	Консультации (Конс)	Самостоятельная работа студента	Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)	подготовка к промежуточной аттестации	Консультации, сдача и защита Курсовой работы (КСР)	Сдача экзамена	Итого					
1	2	3	4	5	6	6	7	8	9 10	11	12	13	14	15	16
Раздел 1. Введение в курс «Анализ данных в социологии и маркетинге»															
1. Место и задачи анализа данных в социологии и маркетинге. Систематизация и представление статистических данных. Статистические методы анализа данных. Вторичный анализ данных (secondary data analysis).	8	10	1 6	-	22	-	-	-	-	4 8	П К- 4. 1 - 31 , П К- 4. 1 - У 1, П К- 4. 1 - В 1; П К- 4. 2 - 31 , П К- 4. 2 - У 1, П К- 4. 2 -	Л1. 1, Л2. 1, Л2. 2, Л2. 3	В к, Д к л, Т ес т	-	21

											В 1; П К- 4. 3 - 31 ; П К- 4. 3 - У 1; П К- 4. 3 - В 1				
Раздел 2. Методы анализа данных в социологии и маркетинге.															
2. Методы анализа данных в социологии и маркетинге. Регрессионный анализ. Факторный анализ. Кластерный (таксономический) анализ. Дискриминантный анализ	8	8	2 4	-	14	-	-	-	-	4 6	П К- 4. 1 - 31 , П К- 4. 1 - У 1, П К- 4. 1 - В 1; П К- 4. 2 - 31 , П К- 4. 2 - У 1, П К- 4. 2 -	Л1. 1, Л2. 1, Л2. 2, Л2. 3	Д к л, Т ес т	-	13

											В 1; П К- 4. 3 - 31 ; П К- 4. 3 - У 1; П К- 4. 3 - В 1				
Раздел 3. Анализ распределений в социологическом/маркетинговом исследовании.															
3. Одномерное распределение. Двумерное распределение. Разведочный анализ.	8	10	1 8	-	14	-	-	-	-	4 2	П К- 4. 1 - 31 , П К- 4. 1 - У 1, П К- 4. 1 - В 1; П К- 4. 2 - 31 , П К- 4. 2 - У 1, П К- 4. 2 -	Л1. 1, Л2. 1, Л2. 2, Л2. 3	Д к л, Т ес т	-	13

											В 1; П К- 4. 3 - 31 ; П К- 4. 3 - У 1; П К- 4. 3 - В 1				
Раздел 4. Аналитический отчет в социологических/маркетинговых исследованиях.															
4. Виды и классификация отчетов. Алгоритм построения аналитического отчета.	8	4	6	2	14	2	-	-	-	28	П К- 4. 1 - 31 , П К- 4. 1 - У 1, П К- 4. 1 - В 1; П К- 4. 2 - 31 , П К- 4. 2 - У 1, П К- 4. 2 -	Л1. 1, Л2. 1, Л2. 2, Л2. 3	Д к л, Т ес т	-	13

											В 1; П К- 4. 3 – 31 ; П К- 4. 3 – У 1 ; П К- 4. 3 – В 1.				
Раздел 5. Консультации, сдача и защита Курсовой работы. Промежуточная аттестация в форме экзамена															
5.Консульта ции, сдача и защита Курсовой работы	8	-	-	-	-	-	-	16	-	1 6	П К- 4. 1 - 31 , П К- 4. 1 - У 1, П К- 4. 1 - В 1; П К- 4. 2 - 31 , П К- 4. 2 - У 1, П К- 4.	Л1. 1, Л2. 1, Л2. 2, Л2. 3	К Р	ЗО	40

											2 - В; П К-4.3 - 31 ; П К-4.3 - У 1 ; П К-4.3 - В 1.				
5. Промежуточная аттестация в форме экзамена	8	-	-	-	-	-	35	-	1	36	П К-4.1 - 31 , П К-4.1 - У 1, П К-4.1 - В 1; П К-4.2 - 31 , П К-4.2 - У 1, П К-4.2 -	Л1. 1, Л2. 1, Л2. 2, Л2. 3	И Т Э К З	Экз	40

											В 1; П К- 4. 3 – 31 ; П К- 4. 3 – У 1 ; П К- 4. 3 – В 1.				
ИТОГО	8	32	6 4	2	64	2	35	16	1	2 1 6	-	-	-	Экз	100
														КР ЗО	100

3.3. Тематический план лекционных занятий

№ п/п	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, час.
1	Место и задачи анализа данных в социологии и маркетинге. Систематизация и представление статистических данных	2
	Статистические методы анализа данных	4
	Вторичный анализ данных (secondary data analysis)	4
2	Регрессионный анализ	2
	Факторный анализ	2
	Кластерный (таксономический) анализ	2
	Дискриминантный анализ	2
3	Одномерное распределение.	4
	Двумерное распределение.	4
	Разведочный анализ	2
4	Алгоритм построения аналитического отчета.	4
Всего		32

3.4. Тематический план практических занятий.

№ п/п	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Место и задачи анализа данных в социологии и маркетинге. Систематизация и представление статистических данных	4
	Статистические методы анализа данных	6

	Вторичный анализ данных (secondary data analysis)	6
2	Регрессионный анализ	6
	Факторный анализ	6
	Кластерный (таксономический) анализ	6
	Дискриминантный анализ	6
3	Одномерное распределение.	6
	Двумерное распределение.	6
	Разведочный анализ	6
4	Алгоритм построения аналитического отчета.	6
Всего		64

3.5. Тематический план лабораторных работ. Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

3.6. Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Вид СРС	Содержание СРС	Трудоемкость, час.
1	Подготовка к входному контролю	Вопросы входного контроля	8
	Подготовка доклада	Комплект тем докладов к Разделу 1. Введение в курс «Анализ данных в социологии и маркетинге»	6
	Подготовка к тестированию	Комплект тестовых заданий Разделу 1. Введение в курс «Анализ данных в социологии и маркетинге»	8
2	Подготовка доклада	Комплект тем докладов к Разделу 2. «Методы анализа данных в социологии и маркетинге».	6
	Подготовка к тестированию	Комплект тестовых заданий к Разделу 2. «Методы анализа данных в социологии и маркетинге».	8
3	Подготовка доклада	Комплект тем докладов к Разделу 3. «Анализ распределений в социологическом/маркетинговом исследовании».	6
	Подготовка к тестированию	Комплект тестовых заданий к Разделу 3. «Анализ распределений в социологическом/маркетинговом исследовании».	8
4	Подготовка доклада	Комплект тем докладов к Разделу 4. «Аналитический отчет в социологических/маркетинговых исследованиях».	6
	Подготовка к тестированию	Комплект тестовых заданий к Разделу 4. «Аналитический отчет в социологических/маркетинговых исследованиях».	8

Всего			64
5	Подготовка к защите курсовой работы	Комплект тем курсовой работы	16
	Подготовка к промежуточной аттестации	Комплект итоговых тестовых заданий к экзаменам Разделу 1. Введение в курс «Анализ данных в социологии и маркетинге». Комплект итоговых тестовых заданий к экзаменам Разделу 2. «Методы анализа данных в социологии и маркетинге». Комплект итоговых тестовых заданий к экзаменам Разделу 3. «Анализ распределений в социологическом/маркетинговом исследовании». Комплект итоговых тестовых заданий к экзаменам Разделу 4. «Аналитический отчет в социологических/маркетинговых исследованиях».	35

4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Анализ данных в социологии и маркетинге» применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе обучения используются:

- электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных кабинетах студентов Электронного университета КГЭУ, URL: <http://e.kgeu.ru/>

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии (лекции в сочетании с практическими занятиями, семинарами, самостоятельное изучение определённых разделов) и современные образовательные технологии, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств: интерактивные лекции, междисциплинарное обучение, опережающая самостоятельная работа.

5. Оценивание результатов обучения

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

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, включает: задание входного контроля, доклад, проведение тестирования, (письменное или компьютерное), проведение итогового тестирования, (письменное или компьютерное) контроль самостоятельной работы обучающихся (в письменной или устной форме).

Итоговой оценкой результатов освоения дисциплины является оценка, выставленная во время промежуточной аттестации обучающегося (экзамен) с

учетом результатов текущего контроля успеваемости. На экзамен выносятся итоговые тестовые задания.

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции) по итогам освоения дисциплины:

Планируемые результаты обучения	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
Полнота знаний	<i>Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</i>	<i>Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок</i>	<i>Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</i>	<i>Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</i>
Наличие умений	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки</i>	<i>Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i>	<i>Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</i>	<i>Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</i>
Наличие навыков (владение опытом)	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов</i>
Характеристика сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)	<i>Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач</i>	<i>Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач</i>	<i>Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач</i>	<i>Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач</i>

Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий
--	--------	---------------	---------	---------

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
ПК-4	ПК-4.1	знать:				
		- сущность и виды прикладных статистических программ анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики (З ₁);	Уровень знаний сущности видов прикладных статистических программ анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний сущности видов прикладных статистических программ анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Минимальный допустимый уровень знаний сущности видов прикладных статистических программ анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний сущности видов прикладных статистических программ анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки
		уметь:				
		- объяснить выбор вида прикладной	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы основные	При решении стандартн

		статистической программы анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики в профессиональной проектной деятельности (У₁);	основные умения объяснить выбор вида прикладной статистической программы анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики в профессиональной проектной деятельности, решены все основные задачи с отдельными несущественными и недочетами, выполнены все задания в полном объеме	основные умения объяснить выбор вида прикладной статистической программы анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики в профессиональной проектной деятельности, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	умения объяснить выбор вида прикладной статистической программы анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики в профессиональной проектной деятельности, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	ых задач не продемонстрированы основные умения объяснить выбор вида прикладной статистической программы анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики в профессиональной проектной деятельности, имеют место грубые ошибки
		владеть:				
		- навыками применения опций прикладных статистических программ в анализе данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики (В₁).	Продемонстрированы навыки применения опций прикладных статистических программ в анализе данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики	Продемонстрированы базовые навыки применения опций прикладных статистических программ в анализе данных социологического и маркетингового исследования, веб -	Имеется минимальный набор навыков применения опций прикладных статистических программ в анализе данных социологического и маркетингового	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения опций прикладных статистических программ в анализе данных социологического и

			при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	аналитики при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	исследования, веб - аналитики для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	маркетингового исследования, веб - аналитики, имеют место грубые ошибки
ПК-4.2	знать:					
	- сущность и специфика описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности (З ₁);	Уровень знаний сущности и специфики описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки и аналитической отчетности в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний сущности и специфики описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки и аналитической отчетности в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний сущности и специфики описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки и аналитической отчетности, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний сущности и специфики описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности и ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки	
	уметь:					
	- объяснить алгоритм описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового	Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм описания результатов в статистич	Продемонстрированы все основные умения объяснить алгоритм описания результатов статистич	Продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм описания результатов статистич	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснить алгоритм	

		о исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности (У ₁);	еского анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности, решены все основные задачи с отдельными несущественным и недочетами, выполнены все задания в полном объеме	ческого анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	ческого анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритм разработки аналитической отчетности, имеют место грубые ошибки
		владеть:				
		- навыками применения описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритма разработки аналитической отчетности в профессиональной деятельности (В ₁).	Продемонстрированы навыки применения описания результатов в статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритма разработки аналитической отчетности и в профессиональной деятельности	Продемонстрированы базовые навыки применения описания результатов в статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритма разработки аналитической отчетности и в профессиональной деятельности	Имеется минимальный набор навыков применения описания результатов в статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритма разработки аналитической отчетности в	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки применения описания результатов в статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, алгоритма разработки аналитической отчетности

			ти при решении нестан- дартных задач без ошибок и недочетов	деятельнос ти при решении стандарт- ных задач с некоторыми недочетами	профессио нальной деятельно сти для решения стан- дартных задач с некоторыми недочетами	отчетност и в профессион альной деятельнос ти, имеют место грубые ошибки
ПК-4.3	знать:					
	- цели и задачи применения больших данных с использование м новых цифровых технологий при анализе данных социологическ их и маркетинговых исследований в профессиональ ной проектной деятельности (З ₁);	Уровень знаний цели и задач применени я больших данных с использова нием новых цифровых технологи й при анализе данных социологич еских и маркетинг овых исследован ий в профессио нальной проектной деятельно сти в объеме, соответст- ствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний цели и задач применени я больших данных с использова нием новых цифровых технологи й при анализе данных социологич еских и маркетинг овых исследован ий в профессио нальной проектной деятельно сти в объеме, соответст- ствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Минимальн о допус- тимый уровень знаний цели и задач применени я больших данных с использова нием новых цифровых технологи й при анализе данных социологич еских и маркетинг овых данных социологич еских и маркетинг овых исследован ий в профессио нальной проектной исследован ий в профессио нальной проектной деятельно сти, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний цели и задач применения больших данных с использова нием новых цифровых технологий при анализе данных социологич еских и маркетинг овых исследован ий в профессион альной проектной деятельнос ти ниже минимальны х требований, имеют место грубые ошибки	
	уметь:					
	- применять алгоритм работы с большими данными в процессе анализа данных социологическ	Продемонс триро- ваны все основные умения применять алгоритм работы с большими	Продемонс трированы все основные умения применять алгоритм работы с	Продемонс трированы основные умения применять алгоритм работы с большими	При решении стандартн ых задач не проде- монстриров аны основные умения	

		их и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности (У ₁);	данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности, решены все основные задачи с отдельными существенными и недочетами, выполнены все задания в полном объеме	большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	применять алгоритм работы с большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности, имеют место грубые ошибки
		Владеть:				
		- навыками работы с большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности (В ₁).	Продемонстрированы навыки работы с большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной	Продемонстрированы базовые навыки работы с большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной	Имеется минимальный набор навыков работы с большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых цифровых технологий в профессиональной	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки работы с большими данными в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований с использованием новых

			проектной деятельности при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	альной проектной деятельности при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	альной проектной деятельности для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	цифровых технологий в профессиональной проектной деятельности, имеют место грубые ошибки
--	--	--	---	---	---	--

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Скоробогатых И. И., Ефимова Д. М., Гринева О. О., Ивашкова Н. И., Кадеров В. А., Лопатинская И. В., Мешков А. А., Мусатов Б. В., Мусатов Ж. Б., Мхитарян С. В., Невоструев П.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	учебник	М.: Кнорус	2019	https://www.book.ru/book/930727	1

	Ю., Цветков а А. Б., Скоробо гат ых И. И., Ефимов Д. М.						
--	--	--	--	--	--	--	--

6.1.1. Дополнительная литература

№ п / п	Автор(ы)	Наименовани е	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательств о	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпл яра-ров в библио теке КГЭУ
1	Шиманская Н.Н.	Применени е статистиче ских методов для решения социально- экономиче ских задач	Учебное пособие по курсу "Статистик а"	Казань: КГЭУ	2008	-	305
2	Крыштановский А. О.	Анализ социологич еских данных с помощью пакета SPSS	учебное пособие для вузов	М.: Изд. дом ГУ ВШЭ	2007	-	20
3	Берк Н. Кеннет, Кэйри Патрик	Анализ данных с помощью MicrosoftE xcel	учебное пособие	М.: Издательс кий дом "Вильямс "	2005	-	5

6.2. Информационное обеспечение

6.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	<u>Энциклопедии, словари, справочники</u>	http://www.rubricon.com
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
3	Электронная библиотека диссертаций (РГБ)	diss.rsl.ru
4	Национальная электронная библиотечка (НЭБ)	https://rusneb.ru/

5	КиберЛенинка	https://cyberleninka.ru/
6	Социологические исследования	http://socis.isras.ru/

6.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	Фонд «Общественное мнение»	https://fom.ru/	https://fom.ru/
2	Всероссийский центр изучения общественного мнения	https://www.wciom.ru/	https://www.wciom.ru/
3	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru/	http://ecsocman.hse.ru/
4	Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской Академии наук	https://www.isras.ru/	https://www.isras.ru/

6.2.3. Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование информационно-справочных систем	Адрес	Режим доступа
1	«Гарант»	http://www.garant.ru/	http://www.garant.ru/
2	«Консультант плюс»	http://www.consultant.ru/	http://www.consultant.ru/
3	ИСС «Кодекс» / «Техэксперт»	http://app.kgeu.local/Home/Apps	http://app.kgeu.local/Home/Apps

6.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Описание	Реквизиты подтверждающих документов
1	Windows 7 Профессиональная (Pro)	Пользовательская операционная система	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно
2	Windows 10	Пользовательская операционная система	ООО "Софтлайн трейд" № Tr096148 от 29.09.2020 Неискл. право. До 14.09.2021
3	Office Standard 2007 Russian OLP AcademicEdition+	Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №21/2010 от 04.05.2010 Неискл. право. Бессрочно

4	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
6	LMS Moodle	ПО для эффективного онлайн- взаимодействия преподавателя и студента	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Вид учебной работы	Наименование специальных помещений и помещений для СРС	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС
1	Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций	доска аудиторная
		Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций	компьютер в комплекте с монитором (9 шт.), моноблок
2	Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	компьютер в комплекте с монитором (9 шт.), моноблок
		Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля	доска аудиторная
		Учебная аудитория для выполнения курсовой работы	компьютер в комплекте с монитором (4 шт.), проектор, экран, доска
4	Самостоятельная работа обучающегося	Компьютерный класс с выходом в Интернет	моноблок (30 шт.), проектор, экран <i>Программное обеспечение:</i> Windows 10: договор № Tr096148 от 29.09.2020, лицензиар - ООО "Софтлайн трейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - до 14.09.2021. OfficeStandard 2007 RussianOLPNLAcademicEdition+:

			договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии – бессрочно; Браузер Chrome, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии – бессрочно; LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии - бессрочно.
		Читальный зал библиотеки	проектор, переносной экран, тонкие клиенты (13 шт.), компьютеры (5 шт.)

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

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

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

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

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

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение

существенных признаков предметов и явлений;

- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

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

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;

- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

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

9. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы обучающимися

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

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

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

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

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

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

Гражданское и патриотическое воспитание:

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

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

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

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

Духовно-нравственное воспитание:

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

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

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

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

Культурно-просветительское воспитание:

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

- формирование эстетической картины мира;

- повышение познавательной активности обучающихся.

Научно-образовательное воспитание:

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;

- формирование умения получать знания;

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

Физическое воспитание:

- формирование ответственного отношения к своему здоровью, потребности в здоровом образе жизни;

- формирование культуры безопасности жизнедеятельности;

- формирование системы мотивации к активному и здоровому образу жизни, занятиям спортом, культуры здорового питания и трезвости.

Профессионально-трудовое воспитание:

- формирование добросовестного, ответственного и творческого отношения к разным видам трудовой деятельности;

- формирование навыков высокой работоспособности и самоорганизации, умение действовать самостоятельно, мобилизовать необходимые ресурсы, правильно оценивая смысл и последствия своих действий;

Экологическое воспитание:

- формирование экологической культуры, бережного отношения к родной земле, экологической картины мира, развитие стремления беречь и охранять природу;

Структура дисциплины по заочной форме обучения.

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		5
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	216	216
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	33	33
Лекционные занятия (Лек)	10	10
Практические занятия (Пр)	18	18
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)	2	2
Консультации, сдача и защита Курсовой работы	2	2
Контактные часы во время аттестации (КПА)	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	175	175
Подготовка к промежуточной аттестации в форме курсовой работы, экзамена	8	8
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	КР, Эк	Эк

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 2021/2022 учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. РПД дополнена разделом 9 «Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы обучающимися» (стр. 33-35).
2. РПД дополнена новым индикатором (ПК-4.3), в связи с формированием цифровых навыков использования и освоения новых цифровых технологий (стр.4, 12-18, 26-28).

Программа одобрена на заседании кафедры – разработчика «Социология, политология и право» 21 июня 2021 г., протокол № 7

Зав. кафедрой СПП  21.06.2021 Н.М. Мухарямов
Подпись, дата

Программа одобрена методическим советом института Цифровых технологий и экономики 22 июня 2021г., протокол № 10

Зам. директора по УМР  21.06.2021 В.В. Косулин
Подпись, дата

Согласовано:

Руководитель ООП  21.06.2021 Э.Р.Нуруллина
Подпись, дата

Приложение к рабочей программе дисциплины



КГУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «КГУ»)



КГУ

Подписан: ФГБОУ ВО «КГУ»,
КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Владелец: Торкунова Юлия Владимировна,
Директор цифровых технологий и экономики,
Сертификат: 04637A9600B7AE93974C7182805C6B90EF
Действителен с 17.06.2022 по 17.06.2023

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Анализ данных в социологии и маркетинге

Направление
подготовки

39.03.01 Социология

Направленность профиль

39.03.01 Экономическая социология и маркетинг

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2020

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Анализ данных в социологии и маркетинге»
(наименование дисциплины, практики)

Содержание ОМ соответствует требованиям федерального государственного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» и учебному плану.

код и наименование направления подготовки

ОМ соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию ОМ по дисциплине, а именно:

1 Перечень формируемых компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения дисциплины, соответствует ФГОС ВО и современным требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда, будущей профессиональной деятельности.

2 Показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результаты обучения, уровней сформированности компетенций.

3 Контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности, а также соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

4 Методические материалы ОМ содержат чётко сформулированные рекомендации по проведению процедуры оценивания результатов обучения и сформированности компетенций.

5. Направленность ОМ по дисциплине соответствует целям ОПОП ВО по направлению 39.03.01 «Социология» и требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда.

6. Объём ОМ соответствует учебному плану подготовки.

7. Качество ОМ в целом обеспечивают объективность и достоверность результатов при проведении оценивания с различными целями.

Заключение. На основании проведенной экспертизы можно сделать заключение, что ОМ по дисциплине соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда, в том числе к необходимым сформированным компетенциям и их индикаторам и рекомендуются для использования в учебном процессе. ОМ позволяют в полном объёме оценить уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции) в соответствии с запланированными результатами обучения по дисциплине.

Следует отметить, что созданы условия для максимального приближения системы оценки и контроля компетенций обучающихся к условиям их будущей профессиональной деятельности на основе анализа требований к компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда.

Рассмотрено на заседании учебно-методического совета ИЦТЭ «26» октября 2020г., протокол № 2.

Председатель УМС ИЦТЭ,

доктор педагогических наук, доцент, директор института ИЦТЭ

(Фамилия И.О., место работы, должность, ученая степень)



Ю.В. Торкунова

личная подпись

Рецензент генеральный директор

маркетингового агентства ООО «Блубэг»

(Фамилия И.О., место работы, должность, ученая степень)



Жукова О.В.

личная подпись

Оценочные материалы по дисциплине «Анализ данных в социологии и маркетинге» - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенций:

ПК-4.1 - использует прикладные статистические программы анализа данных социологического и маркетингового исследования, веб - аналитики.

ПК-4.2 - описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность.

ПК-4.3 - анализирует большие данные с использованием новых цифровых технологий.

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

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: входной контроль, доклады, тесты, итоговый тест.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 4 курс, 8 семестр. Форма промежуточной аттестации курсовая работа, экзамен.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

1. Технологическая карта

Семестр 8

Номер раздела / темы дис- ципли- ны	Вид СРС	Наимено- вание оценочного средства	Код индикато ра достижен ия компетен ций	Уровень освоения дисциплины, баллы			
				неудов-но	удов-но	хорошо	отлично
				не зачтено	зачтено		
				низкий	ниже среднего	средний	высокий
Текущий контроль успеваемости							
1	Подготовка к входному контролю	Входной контроль	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	менее 2	3-4	4-6	6-8
	Подготовка доклада	Доклад	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2	менее 4	4-4	4-5	5-6

			(31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)				
	Подготовка к тестированию	Тест	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	менее 4	4-5	5-6	6-7
2	Подготовка доклада	Доклад	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	менее 4	4-4	4-5	5-6
	Подготовка к тестированию	Тест	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	менее 4	4-5	5-6	6-7
3	Подготовка доклада	Доклад	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	менее 4	4-4	4-5	5-6
	Подготовка к тестированию	Тест	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	менее 4	4-5	5-6	6-7
4	Подготовка доклада	Доклад	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	менее 4	4-4	4-5	5-6
	Подготовка к тестированию	Тест	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	менее 4	4-5	5-6	6-7
Всего баллов				34-35	35-40	40-50	50-60
Промежуточная аттестация							
5	Подготовка к защите курсовой работы	Комплект тем курсовой работы	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	0-20	20-29	30-34	35-40
Итого баллов				0-54	55-69	70-84	85-100
5	Подготовка к экзамену	Итоговый тест к экзамену	ПК-4.1 (31,У1,В1) ПК-4.2 (31,У1,В1) ПК-4.3 (31,У1,В1)	0-20	20-29	30-34	35-40
Итого баллов				0-54	55-69	70-84	85-100

2. Перечень оценочных средств

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

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Оценочные материалы
Входной контроль (ВК)	Входной контроль проводится в начале семестра. Он представляет собой задание в виде вопросов, ответы на которые студент должен знать в результате изучения предыдущих дисциплин. Поставленные вопросы требуют точных и коротких ответов. Входной контроль проводится в письменном виде на первой лекции семестра в течение 15-20 минут. Итоги входного контроля используются для корректировки методик проведения лекционных и практических занятий, а также для определения уровня освоения программы образования: базового, продвинутого и высокого.	Вопросы
Доклад (Дкл)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
Тест (Тест)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Тесты представляют собой короткие задания, которые выполняются на практических занятиях в конце каждого раздела (всего разделов - 4). Проверяются знания текущего материала: основные понятия и определения; умения применять полученные знания для решения практических задач.	Комплект тестовых заданий
Курсовая работа (КР)	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Выполняется в индивидуальном порядке обучающимися	Темы курсовой работы
Итоговый тест к экзамену (ИтЭкз)	Вопросы итогового тестирования разработаны с целью определения уровня знаний лиц, показывающие конечный результат освоения дисциплины.	Комплект итоговых тестовых заданий к зачету с оценкой

3. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Наименование оценочного средства	Входной контроль (ВК)
Представление и содержание оценочных материалов	Входной контроль проводится в начале семестра. Он представляет собой задание в виде вопросов, ответы на которые студент должен знать в результате изучения предыдущих дисциплин. Контроль проводится по оценке остаточных знаний по таким дисциплинам как «Социальная структура современного общества», «Основы экономики», «Основы статистики», «Прикладные статистические программы в социологических и маркетинговых исследованиях» и др. Поставленные вопросы требуют точных и коротких ответов. Входной контроль проводится в письменном виде на первой лекции семестра в течение 15-20 минут. Итоги входного контроля используются для корректировки методик проведения лекционных и практических занятий, а также для определения уровня освоения программы образования: базового, продвинутого и высокого. <i>Вопросы входного контроля:</i> 1. Операционализируйте категорию «эмпирические данные». 2. В чем заключается разница между «количественными» и «качественными» данными? 3. Какие задачи могут быть решены с помощью статистической обработки результатов социологических и маркетинговых исследований?
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	При выполнении задания входного контроля учитываются следующие критерии оценки: <i>знание материала, последовательность изложения, владение речью и терминологией.</i> Критериями оценки выполнения задания входного контроля, согласно достигнутого уровня, являются: <i>Высокий уровень:</i> - содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано, материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 6-8 баллов. <i>Средний уровень:</i> - показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы – 4-6 балла. <i>Ниже среднего уровень:</i> - содержание материала раскрыто неполно, материал изложен верно, однако отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 3-4 балла. <i>Низкий уровень:</i> - не раскрыто основное содержание учебного материала, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – менее 2-х баллов. Количество баллов за выполнение заданий входного контроля: минимум

	– 3 б. Количество баллов за выполнение заданий входного контроля: максимум – 8 б. Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение заданий входного контроля за 8 семестр – 8 баллов.
Наименование оценочного средства	Доклад (Дкл)
Представление и содержание оценочных материалов	<u>Требования к докладу:</u> <u>ФИО и № гр. студента</u> Тема: Введение включает актуальность, цель и основные задачи раскрытия проблемы. <i>Почему эта тема актуальна?</i> Основная часть 1. Теоретические основы рассматриваемого процесса, принципа, явления, функции, опыта и т.д. (<i>О чем идет речь?</i>) 2. Проблемы практической реализации рассматриваемого процесса, принципа, явления, функции, опыта и т.д. (<i>В чем суть проблемы?</i>) Заключение 1. Краткое изложение (аннотация) полученных результатов раскрытия изучаемой темы 2. Собственное отношение к описанной проблеме. <i>(Что вы думаете по существу темы и что предлагаете?)</i> Тезисы выполняются на листах формата А4 (297x210мм), пронумерованных, с полями. Текст печатается шрифтом TimesNewRoman, кегль – 14, минимум 18 пт. Поля: верхнее, нижнее – по 2 см., левое – 3 см., правое – 1 см. Форматирование – по ширине. Отступ первой строки – 1,25 см. Тезисы представляются в файле. Выступление не должно превышать 10 минут. Краткое изложение сути вопроса. Предусмотрены ответы на вопросы аудитории. <i>Комплект тем докладов к Разделу I.</i> 1. Понятие «анализ данных», эмпирические данные. 2. Эмпирическая социология и анализа данных. 3. Дескриптивная и индуктивная задачи анализа данных. 4. Теоретические и методологические основы анализа данных. 5. Подготовка данных к анализу. 6. Параметрическая и непараметрическая статистика. 7. Критерии нормальности. 8. Статистическое наблюдение 9. Этапы анализа данных. Аналитический этап. Описательный этап 10. Сводка данных 11. Группировка данных. 12. Программное обеспечение для статистического исследования. 13. Эмпирическая кривая распределения. 14. Показатели средней тенденции для различных типов шкал. 15. Дескриптивная статистика.

16. Мода. Медиана. Среднее арифметическое значение, взвешенное среднее, простая взвешенная. Меры рассеяния вокруг средних.
17. Дисперсия. Коэффициент вариации как мера однородности.
18. Квартальный размах. Меры качественной вариации. Коэффициент качественной вариации.
19. Стандартное отклонение. Стандартная ошибка среднего.
20. Экспесс.
21. Ассиметрия.
22. Среднее геометрическое. Энтропия. Анализ выживаемости
23. Анализ временных рядов
24. Выборочный метод.
25. Метод агрегирования данных. Графический метод.
26. Определения вторичного анализа в отечественной литературе.
27. Соотношение понятий "вторичный анализ" – "вторичное исследование".
28. Определение «вторичного исследования» и «вторичного анализа» в зарубежной социологической литературе.

Комплект тем докладов к Разделу 2.

1. Источниками вторичных данных.
2. Приемы и методы вторичного анализа по Г.Хьюмену.
3. Отличие анализа первичных и вторичных данных.
4. Вторичный анализ количественных и качественных данных.
5. Специфика вторичного анализа данных в социологии и кабинетного исследования в маркетинге.
6. Процедура поиска вторичных данных.
7. Преимущества и недостатки использования вторичных данных.
8. Основные критерии пригодности вторичных данных.
9. Этика вторичного анализа данных.
10. Пример использования вторичного анализа данных.
11. Ошибки использования вторичного анализа данных.
12. Анализ категориальных (номинальных) переменных.
13. Частоты, кумулятивные (накопленные) частоты, процент, кумулятивный процент респондентов
14. Таблицы сопряженности (кросстабуляция). Маргинальные частоты.
15. Протокол разведочного анализа данных.
16. Статистики таблиц сопряженности для номинальных переменных:
17. Коэффициент корреляции Пирсона. Критерий хи-квадрат Пирсона.
18. Ранговая корреляция.
19. Коэффициент сопряженности
20. Коэффициент Фи и V Крамера
21. Мера связи Лямбда
22. Коэффициент неопределенности
23. Статистики таблиц сопряженности для порядковых переменных:
24. Коэффициент «гамма» (Фехнера), частный коэффициент «гамма».
25. Коэффициент «тау» Гудмена и Краскала.
26. Коэффициент Саммерса
27. Коэффициент Тау Кенделла
28. Коэффициент Каппа Коэна

Комплект тем докладов к Разделу 3.

1. Критерий МакНемара
2. Статистики Кокрена и Мантеля-Хенцеля
3. Цели применения регрессионного анализа.
4. Основные понятия и задачи регрессионного анализа.
5. Простая линейная регрессия.
6. Построение регрессионной прямой.
7. Множественная линейная регрессия.
8. Коллинеарность. Мультиколлинеарность.
9. Анализ остатков. Автокорреляция остатков модели регрессии. Тест Дарбина-Ватсона (Durbin-Watson).
10. Нелинейная регрессия.
11. Порядковая регрессия.
12. Пробит-анализ.
13. Логистическая регрессия.
14. Аппроксимация зависимостей.
15. Метод главных компонент
16. Двумерные частотные распределения
17. Принцип кластерного анализа.
18. Корреляционные меры сходства и меры ассоциативности
19. Иерархический кластерный анализ.
20. Иерархический кластерный анализ с двумя переменными.
21. Порядок агломерации.
22. Меры сходства. Меры расстояния.
23. Дискриминантный анализ
24. Дисперсионный анализ.
25. Одномерные частотные распределения.
26. Вариационный ряд. Показатели распределения. Абсолютная, относительная и накопленная частоты.
27. Двухвходовые таблицы сопряженности
28. Статистики, рассчитываемые для таблиц сопряженности.
29. Проверка наличия взаимосвязи между переменными.

Комплект тем докладов к Разделу 4.

1. Общая характеристика отчета как делового документа.
2. Общая логика построения отчета. Блоки написания отчета.
3. Объем и структура отчета. Оформление приложений отчета.
4. Аннотация. Формирование выводов и рекомендаций в социологических исследованиях.
5. Западный и российский стили написания отчета.
6. Стандарт оформления отчета.
7. Ошибки построения аналитического отчета
8. Исследовательский (научный) отчет.
9. Отчет коммерческого исследования.
10. Интегрированный отчет.
11. Сегментированный отчет.
12. Сокращенный отчет/топ лайн (Top Line Report).
13. Краткий аналитический отчет. Аналитическая справка.
14. Построение отчета по качественному исследованию. Метод тематических сетей. Паттерн. Интерпретация паттернов.
15. Построение отчета с использованием метода «контент-анализ».

	16. Построение отчета по итогам социометрического исследования. 17. Ошибки обобщения. 18. Ошибки описания эмпирической базы исследования. 19. Проблемы интерпретации результатов статистического анализа данных. 20. Анализ причинно-следственных связей и динамики показателей. 21. Описание графически- и таблично- представленных данных. 22. Хранение аналитического отчета.
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	При выполнении докладов учитываются следующие критерии оценки: знание материала, последовательность изложения, владение речью и терминологией. Критериями оценки выполнения докладов, согласно достигнутого уровня, являются: <i>Высокий уровень:</i> - содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано, материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 6 баллов. <i>Средний уровень:</i> - показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы – 5 баллов. <i>Ниже среднего уровень:</i> - содержание материала раскрыто неполно, материал изложен верно, однако отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 4 балла. <i>Низкий уровень:</i> - не раскрыто основное содержание учебного материала, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – менее 4-х баллов. Количество баллов за каждый подготовленный доклад: минимум – 4 балла. Количество баллов за каждый подготовленный доклад: максимум – 6 баллов. Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение подготовленных докладов за 8 семестр – 24 балла.
Наименование оценочного средства	Тест (Тест)
Представление и содержание оценочных материалов	Комплект тестовых заданий к Разделу 1. 1. Для какой шкалы применимы только такие операции как равно и не равно? 1) номинальная шкала

- 2) порядковая шкала
- 3) интервальная шкала

2. Для какой шкалы применимы только такие операции как равно, не равно, больше, меньше?

- 1) номинальная шкала
- 2) порядковая шкала
- 3) интервальная шкала

3. Классификация — это:

- 1) отнесение объектов к одному из заранее известных классов
- 2) формирование кластера объектов
- 3) отнесение объектов к моделям регрессии

4. Основная характеристика задачи бинарной классификации:

- 1) зависимая переменная может принимать только два значения
- 2) зависимая переменная может принимать только одно значение
- 3) зависимая переменная может принимать несколько значений

5. Вид табуляции, использованный при построении следующей таблицы:

Доход семьи (руб.)	Количество телевизоров в семье		
	Один	Два	Три и более
До 5000			
5000-7000			
7000-10000			
10000-20000			
20000-30000			
Более 30000			

1. Простая
2. Перекрестная
3. Сложная
4. Одномерная

6. Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется:

- 1) панель;
- 2) гипотеза;
- 3) *маркетинговое исследование*;
- 4) случайная выборка;
- 5) неслучайная выборка.

7. База данных «Деловая панорама», которая содержит данные о более, чем 36 тыс. предприятий СНГ, является примером:

- 1) внутренних вторичных данных;
- 2) данных опросов;
- 3) *внешних вторичных данных*;
- 4) данных экспериментов;

5) первичных данных.

8. Вторичные данные в маркетинге — это:

- 1) перепроверенная информация;
- 2) второстепенная информация;
- 3) *результаты данных исследований, полученных путем их нахождения из внешних источников;*

9. При анализе зависимостей двух переменных важнейшим является вопрос о том, какую из переменных считать 1, т.е. подверженной влиянию, а какую 2, т.е. влияющей

1. Зависимой
2. Независимой
3. Одномерной
4. двумерной

10. Ряд распределения - это:

1. *упорядоченное расположение единиц изучаемой совокупности по группам;*
2. ряд значений показателя, расположенных по каким-то правилам.

11. Ошибка репрезентативности обусловлена:

1. *самим методом выборочного исследования*
2. большой погрешностью зарегистрированных данных.

12. Термин корреляция в анализе данных означает:

1. *связь, зависимость данных*
2. отношение, соотношение данных;
3. функцию, уравнение данными.

13. Термин корреляция в статистике понимают как:

1. *связь,*
2. *зависимость*
3. функцию,
4. уравнение.

14. База данных - это:

1. *это обширные наборы данных, относящие к определенной области, и хранимые во внешней памяти ЭВМ.*
 2. совокупность программ для хранения и обработки больших массивов информации;
- определенная совокупность информации

Комплект тестовых заданий к Разделу 2.

1. Базы данных используются маркетологами для:

1. компенсации расходов на массовый маркетинг
2. *определения тенденций в поведении покупателей*
3. *повторной активизации сделанных покупок*
4. *разработки маркетинговых стимулов*

	5. создания образа «идеального покупателя» 2. Формы используются для: 1. вывода данных на печать 2. <i>ввода данных</i> 3. просмотра данных 3. База данных – это: 1. совокупность файлов на жестком диске 2. пакет пользовательских программ 3. <i>совокупность сведений, характеризующих объекты, процессы или явления реального мира</i> 4. Иерархическая база данных – это: 1. БД, в которой информация организована в виде прямоугольных таблиц 2. БД, в которой записи расположены в произвольном порядке 3. <i>БД, в которой элементы в записи упорядочены, т.е. один элемент считается главным, остальные подчиненными</i> 5. Таблица называется индексированной, если для неё используется: 1. <i>Индекс</i> 2. Хеш-код 3. Первичный ключ 4. Внешний ключ 6. Кардинальность – это: 1. количество первичных ключей в таблице 2. количество столбцов в таблице 3. количество значений в таблице 4. <i>количество строк в таблице</i> 7. Отношением называют: 1. Файл 2. Список 3. <i>Таблицу</i> 4. Связь между таблицами 8. Кортеж отношения – это: 1. <i>Строка таблицы</i> 2. Столбец таблицы 3. Таблица 4. Несколько связанных таблиц 5. Список 9. Атрибут отношения – это: 1. Строка таблицы 2. <i>Столбец таблицы</i> 3. Таблица 4. Межтабличная связь
--	---

10. Что понимается под термином «вариация показателя»?

1. *изменение величины показателя;*
2. *изменение названия показателя;*
3. *изменение размерности показателя.*

11. Вариация – это:

1. *изменение состава совокупности*
2. *изменение массовых явлений во времени*
3. *изменение структуры статистической совокупности в пространстве*
4. *изменение значений признака внутри наблюдаемой совокупности*

12. Ряд распределения - это:

1. *упорядоченное расположение единиц изучаемой совокупности по группам*
2. *ряд значений показателя, расположенных по каким-то правилам*

13. Величина признака, появляющаяся наиболее часто по сравнению с другими величинами данного признака, называется:

1. Модой
2. Медианой
3. Квартилем
4. средней величиной

14. Статистический показатель, характеризующий значение признака, занимающего срединное место в упорядоченном ряду значений данного признака:

1. Мода
2. Медиана
3. Среднее квадратическое отклонение
4. Квартиль

Комплект тестовых заданий к Разделу 3.

1. Мода – это:

1. *средняя структурная квадратическая*
2. *минимальная граница статистического показателя*
3. *наиболее часто встречающаяся величина признака в совокупности*

2. Статистический способ моделирования зависимости результативного признака от факторного признака/признаков – это _____ анализ.

1. Корреляционный
2. Регрессионный
3. Кластерный
4. контент-анализ

3. Показатель, обладающий большей степенью информативности для исследователя – это:

1. Мода
2. Медиана
3. средняя величина

	4.Использование таких статистических мер, как средняя величина (средняя), мода, среднее квадратическое отклонение, размах вариации лежит в основе: 1. дескриптивного анализа 2. анализа различий 3. предсказательного анализа 5. Метод сравнения дисперсий 2-х выборок по критерию Фишера относится к: 1. <i>параметрическим методам сравнения.</i> 2. непараметрическим методам сравнения. 6. Метод критерий t-Стьюдента относится к: 1. <i>параметрическим методам сравнения.</i> 2. непараметрическим методам сравнения. 7. Метод критерий t-Стьюдента используется для: 1. <i>независимых выборок.</i> 2. <i>Зависимых выборок.</i> 3. <i>для одной выборки</i> 8. U-критерий Манна-Уитни относится к: 1. <i>непараметрическим методам сравнения.</i> 2. параметрическим методам сравнения. 9. U-критерий Манна-Уитни используют: 1. <i>для оценки различий между 2-мя выборками по уровню какого-либо признака.</i> 2. для оценки равенства между 3-мя и более выборками по уровню какого-либо признака 10. Критерий Колмогорова-Смирнова относится к: 1. <i>непараметрическим методам сравнения.</i> 2. параметрическим методам сравнения. 11. .Критерий Колмогорова-Смирнова это: 1. <i>сравнение эмпирических функций распределения 2-х выборок</i> 2. <i>сравнение теоретических функций распределения 2-х выборок</i> 12. Какие из названных распределений используются при проверке гипотезы о числовом значении математического ожидания при неизвестной дисперсии? 1. <i>распределение Стьюдента</i> 2. <i>распределение Фишера</i> 3. <i>нормальное распределение</i> 4. <i>распределение хи-квадрат</i> 13. Показатель дисперсии - это: 1. <i>квадрат среднего отклонения</i> 2. <i>средний квадрат отклонений</i> 3. <i>отклонение среднего квадрата</i> 14. Среднеквадратическое отклонение характеризует: 1. <i>взаимосвязь данных</i>
--	--

2. разброс данных
3. динамику данных

Комплект тестовых заданий к Разделу 4.

1. Размах вариации исчисляется как:

1. *разность между максимальным и минимальным значением показателя*
2. разность между первым и последним членом ряда распределения

2. Показатели вариации могут быть:

1. *простыми и взвешенными*
2. абсолютными и относительными

3. Величина R в зависимости означает:

1. *размах вариации*
2. максимальное значение признака
3. вариацию признака

4. Быстро определить удельный вес той доли совокупности, которая находится выше или ниже некоторой заданной величины значения переменной можно с помощью:

1. Гистограммы
2. полигона частот
3. кумулятивного (накопленного) распределения частот
4. абсолютных частот

5. Анализ, в основе которого лежит использование статистических процедур (например, проверка гипотез) с целью обобщения полученных результатов на всю совокупность, называется:

1. выводным анализом
2. предсказательным анализом
3. анализом различий
4. анализом связей

6. *Статистический показатель, характеризующий степень несхожести респондентов или их ответов:*

1. Мода
2. Медиана
3. Средняя величина
4. Размах вариации
5. Квартиль

7. Для определения тесноты связи двух альтернативных показателей применяют:

1. *коэффициенты ассоциации и контингенции;*
2. коэффициент Спирмена

8. Какой коэффициент корреляции характеризует связь между Y и X:

1. *линейный;*
2. частный;

	3. множественный. 9.. Укажите показатели вариации: - мода и медиана <i>сигма и дисперсия</i> - темп роста и прироста 10. Наиболее часто встречающееся значение признака данного ряда в статистике называют ____. - средней - медианой - децилем <i>модой</i> 11. Размахом вариации называется ____ максимального и минимального значений признака. - частное от деления - сумма - произведение <i>разность</i> 12.. Если значение коэффициента корреляции составляет 0,8 то связь между взаимосвязанными признаками: - умеренная - заметная - слабая <i>тесная</i> 13. Средняя ошибка выборки вычисляется с целью: - определения среднего значения признака, который исследуется <i>установление возможных границ отклонений средней генеральной от средней выборочной</i> - изучения вариации признака - определения коэффициента роста 14. Нормализация это: - разделение единой таблицы базы данных на несколько, для дальнейшего связывания таблиц - добавление, изменение и удаление записей и таблицу <i>изменение структуры базы данных с целью устранения избыточности и нарушения целостности</i>
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<i>Тесты представляют собой короткие задания, которые выполняются в конце практического занятия каждого модуля.</i> <i>Верный ответ на каждый вопрос теста оценивается в 0,5 балл; неверный ответ – 0 баллов.</i> Критериями оценки выполнения тестов, согласно достигнутого уровня, являются: <i>Высокий уровень оценивается правильным выполнением 14 тестовых заданий и получением - 7 баллов;</i> <i>Средний уровень оценивается правильным выполнением – 12 тестовых заданий и получением – 6 баллов;</i>

	Уровень «ниже среднего» оценивается правильным выполнением – 10 тестовых заданий и получением – 5 баллов; Низкий уровень оценивается выполнением 8 и менее тестовых заданий и получением 4-х и менее 4-х баллов. Количество баллов: минимум – 4 Количество баллов: максимум – 7 Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение тестовых заданий за 8 семестр – 28 баллов.
--	--

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации

Наименование оценочного средства	Курсовая работа (КР)
Представление и содержание оценочных материалов	Курсовая работа представляет собой конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Выполняется в индивидуальном порядке обучающимися. Комплект тем для выполнения курсовой работы за 8 семестр: 1. Анализ данных исследований результативности использования социальных сетей в маркетинговом продвижении. 2. Анализ данных исследований социально-экономической эффективности ребрендинга/брендинга организации. 3. Анализ данных социологических и маркетинговых исследований рынка _____ (на примере). 4. Анализ данных социологических и маркетинговых исследований в сфере _____ (на примере). 5. Анализ данных исследований маркетинговых стратегий (на примере). 6. Анализ данных социологических и маркетинговых исследований потребительского поведения (на примере). 7. Анализ данных социологических и маркетинговых исследований в продвижении _____ на примере). 8. Анализ данных социологических и маркетинговых исследований оценки HR-бренда организации (на примере). 9. Анализ данных социологических исследований оценки эффективности маркетинговой деятельности организации (на примере). 10. Анализ данных социологических исследований оценки эффективности рекламы как инструмента маркетинга. 11. Анализ данных результативности использования директ-маркетинга. 12. Анализ данных социологических и маркетинговых исследований покупательского спроса (на примере продукции/услуги). 13. Анализ данных отраслевых особенностей формирования маркетинговой стратегии организации (на примере).
Критерии оценки и шкала оценивания	При выполнении курсовой работы учитываются следующие критерии оценки: <i>знание материала, последовательность изложения, владение речью и терминологией, полнота раскрытия разделов курсовой работы, самостоятельность конструирования своих знаний в процессе решения практических задач и проблем, связанных с анализом социально-экономических и маркетинговых явлений и процессов в результате анализа</i>

	рынка, ориентация в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Критериями оценки выполнения задания входного контроля, согласно достигнутого уровня, являются: <i>Высокий уровень:</i> - содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано, материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 35-40 баллов. <i>Средний уровень:</i> - показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы – 30-34 балла. <i>Ниже среднего уровень:</i> - содержание материала раскрыто неполно, материал изложен верно, однако отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 20-29 баллов. <i>Низкий уровень:</i> - не раскрыто основное содержание учебного материала, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – менее 20 баллов. Количество баллов: минимум – 20 Количество баллов: максимум – 40 Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение итогового тестового задания к зачету с оценкой за 8 семестр – 40 баллов.
Наименование оценочного средства	Итоговый тест к экзамену (ИтЭкз)
Представление и содержание оценочных материалов	<i>Итоговый тест к экзамену содержит 40 вопросов с заданиями 4-х типов (закрытые, открытые тесты, тесты на упорядочение, на установление соответствия) для выполнения с использованием компьютерной техники. Комплект итоговых тестовых заданий к экзамену:</i> 1. Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется: 1) панель; 2) гипотеза; 3) маркетинговое исследование; 4) случайная выборка; 5) неслучайная выборка. 2. База данных «Деловая панорама», которая содержит данные о более, чем 36 тыс. предприятий СНГ, является примером: 1) внутренних вторичных данных;

- 2) данных опросов;
 - 3) *внешних вторичных данных*;
 - 4) данных экспериментов;
 - 5) первичных данных.
3. Вторичные данные в маркетинге — это:
- 1) перепроверенная информация;
 - 2) второстепенная информация;
 - 3) *результаты данных исследований, полученных путем их нахождения из внешних источников*;
4. При анализе зависимостей двух переменных важнейшим является вопрос о том, какую из переменных считать 1, т.е. подверженной влиянию, а какую 2, т.е. влияющей
1. Зависимой
 2. Независимой
 3. Одномерной
 4. двумерной
5. Ряд распределения - это:
1. *упорядоченное расположение единиц изучаемой совокупности по группам*;
 2. ряд значений показателя, расположенных по каким-то правилам.
6. Ошибка репрезентативности обусловлена:
1. *самим методом выборочного исследования*
 2. большой погрешностью зарегистрированных данных.
7. Термин корреляция в анализе данных означает:
1. *связь, зависимость данных*
 2. отношение, соотношение данных;
 3. функцию, уравнение данными.
8. Термин корреляция в статистике понимают как:
1. *связь*,
 2. *зависимость*
 3. функцию,
 4. уравнение.
9. База данных - это:
1. *это обширные наборы данных, относящиеся к определенной области, и хранимые во внешней памяти ЭВМ.*
 2. совокупность программ для хранения и обработки больших массивов информации;
- определенная совокупность информации
10. Базы данных используются маркетологами для:
1. компенсации расходов на массовый маркетинг
 2. *определения тенденций в поведении покупателей*
 3. *повторной активизации сделанных покупок*
 4. *разработки маркетинговых стимулов*

	5. создания образа «идеального покупателя» 11. Формы используются для: 1. вывода данных на печать 2. <i>ввода данных</i> 3. просмотра данных 12. База данных – это: 1. совокупность файлов на жестком диске 2. пакет пользовательских программ 3. <i>совокупность сведений, характеризующих объекты, процессы или явления реального мира</i> 13. Иерархическая база данных – это: 1. БД, в которой информация организована в виде прямоугольных таблиц 2. БД, в которой записи расположены в произвольном порядке 3. <i>БД, в которой элементы в записи упорядочены, т.е. один элемент считается главным, остальные подчиненными</i> 14. Таблица называется индексированной, если для неё используется: 1. <i>Индекс</i> 2. Хеш-код 3. Первичный ключ 4. Внешний ключ 15. Кардинальность – это: 1. количество первичных ключей в таблице 2. количество столбцов в таблице 3. количество значений в таблице 4. <i>количество строк в таблице</i> 16. Отношением называют: 1. Файл 2. Список 3. <i>Таблицу</i> 4. Связь между таблицами 17. Кортеж отношения – это: 1. <i>Строка таблицы</i> 2. Столбец таблицы 3. Таблица 4. Несколько связанных таблиц 5. Список 18. Атрибут отношения – это: 1. Строка таблицы 2. <i>Столбец таблицы</i> 3. Таблица 4. Межтабличная связь
--	---

	19. Что понимается под термином «вариация показателя»? 4. <i>изменение величины показателя;</i> 5. изменение названия показателя; 6. изменение размерности показателя. 20. Вариация – это: 5. изменение состава совокупности 6. изменение массовых явлений во времени 7. изменение структуры статистической совокупности в пространстве 8. <i>изменение значений признака внутри наблюдаемой совокупности</i> 21. Ряд распределения - это: 3. <i>упорядоченное расположение единиц изучаемой совокупности по группам</i> 4. ряд значений показателя, расположенных по каким-то правилам 22. Величина признака, появляющаяся наиболее часто по сравнению с другими величинами данного признака, называется: 1. Модой 2. Медианой 3. Квартилем 4. средней величиной 23. Статистический показатель, характеризующий значение признака, занимающего срединное место в упорядоченном ряду значений данного признака: 1. Мода 2. Медиана 3. Среднее квадратическое отклонение 4. Квартиль 24. Мода – это: 1. средняя структурная квадратическая 2. минимальная граница статистического показателя 3. <i>наиболее часто встречающаяся величина признака в совокупности</i> 25. Статистический способ моделирования зависимости результативного признака от факторного признака/признаков – это _____ анализ. 1. Корреляционный 2. Регрессионный 3. Кластерный 4. контент-анализ 26. Показатель, обладающий большей степенью информативности для исследователя – это: 1. Мода 2. Медиана 3. средняя величина 27. Использование таких статистических мер, как средняя величина (средняя), мода, среднее квадратическое отклонение, размах вариации лежит в основе:
--	---

	1. дескриптивного анализа 2. анализа различий 3. предсказательного анализа 5. Метод сравнения дисперсий 2-х выборок по критерию Фишера относится к: 3. <i>параметрическим методам сравнения.</i> 4. <i>непараметрическим методам сравнения.</i> 28. Метод критерий t-Стьюдента относится к: 1. <i>параметрическим методам сравнения.</i> 2. <i>непараметрическим методам сравнения.</i> 29. Метод критерий t-Стьюдента используется для: 1. <i>независимых выборок.</i> 2. <i>Зависимых выборок.</i> 3. <i>для одной выборки</i> 30. U-критерий Манна-Уитни относится к: 1. <i>непараметрическим методам сравнения.</i> 2. <i>параметрическим методам сравнения.</i> 31. U-критерий Манна-Уитни используют: 1. <i>для оценки различий между 2-мя выборками по уровню какого-либо признака.</i> 2. <i>для оценки равенства между 3-мя и более выборками по уровню какого-либо признака</i> 32. Критерий Колмогорова-Смирнова относится к: 1. <i>непараметрическим методам сравнения.</i> 2. <i>параметрическим методам сравнения.</i> 33. Критерий Колмогорова-Смирнова это: 1. <i>сравнение эмпирических функций распределения 2-х выборок</i> 2. <i>сравнение теоретических функций распределения 2-х выборок</i> 34. Какие из названных распределений используются при проверке гипотезы о числовом значении математического ожидания при неизвестной дисперсии? 1. <i>распределение Стьюдента</i> 2. <i>распределение Фишера</i> 3. <i>нормальное распределение</i> 4. <i>распределение хи-квадрат</i> 35. Показатель дисперсии - это: 1. <i>квадрат среднего отклонения</i> 2. <i>средний квадрат отклонений</i> 3. <i>отклонение среднего квадрата</i> 36. Среднеквадратическое отклонение характеризует: 1. <i>взаимосвязь данных</i> 2. <i>разброс данных</i>
--	--

	3. динамику данных 37. Размах вариации исчисляется как: 1. разность между максимальным и минимальным значением показателя 2. разность между первым и последним членом ряда распределения 38. Показатели вариации могут быть: 1. простыми и взвешенными 2. абсолютными и относительными 39. Величина R в зависимости означает: 1. размах вариации 2. максимальное значение признака 3. вариацию признака 40. Быстро определить удельный вес той доли совокупности, которая находится выше или ниже некоторой заданной величины значения переменной можно с помощью: 1. Гистограммы 2. полигона частот 3. кумулятивного (накопленного) распределения частот 4. абсолютных частот
Критерии оценки и шкала оценивания	<i>Итоговый тест к экзамену представляет собой короткие задания, которые выполняются в течение 60 минут.</i> Критериями оценки выполнения итогового теста к экзамену, согласно достигнутого уровня, являются: <i>Верный ответ на каждый вопрос итогового теста оценивается в 1 балл; неверный ответ – 0 баллов.</i> <i>Для «высокого уровня» предполагается решение – 40 тестовых заданий.</i> <i>Для уровня «ниже среднего» предполагается решение – 30 тестовых заданий</i> <i>Для «низкого уровня» предполагается решение 20 тестовых заданий.</i> <i>«Высокий уровень» оценивается правильным выполнением 40 тестовых заданий и получением - 40 баллов;</i> <i>«Средний уровень» оценивается правильным выполнением – 30 тестовых заданий и получением – 30 баллов;</i> <i>Уровень «ниже среднего» оценивается правильным выполнением – 20 тестовых заданий и получением – 20 баллов;</i> <i>«Низкий уровень» оценивается выполнением менее 20 тестовых заданий и получением менее 20 баллов.</i> Количество баллов: минимум – 20 Количество баллов: максимум – 40 Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение итогового тестового задания к экзамену за 8 семестр – 40 баллов.