



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
КГУ «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



УТВЕРЖДАЮ

Директор института Цифровых
технологий и экономики

Торкунова Ю.В.

«26» октября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Теория измерений в социологии и маркетинге

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Направленность профиль 39.03.01 Экономическая социология и маркетинг

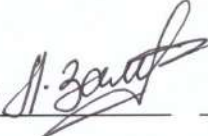
Квалификация бакалавр

г. Казань, 2020

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

Программу разработала:

<u>доцент, к.соц.н.</u>	<u>26.10.2020</u> 	<u>Нуруллина Э.Р.</u>
(должность, ученая степень)	(дата, подпись)	(Фамилия И.О.)

<u>доцент, к.соц.н.</u>	<u>26.10.2020</u> 	<u>Замалетдинова Л.Р.</u>
(должность, ученая степень)	(дата, подпись)	(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 «Теория измерений в социологии и маркетинге» является подготовка обучающихся к эффективному использованию методов шкалирования и составлению уникальных методик социологического/маркетингового исследования при проведении научно-исследовательской и аналитической работы, а также в ходе будущей профессиональной деятельности социолога и маркетолога.

Задачами дисциплины являются:

- приобретение знаний и навыков в области выполнения процедур по составлению одномерных шкал, построения инструментария исследования;
- приобретение знаний и навыков по применению процедур для проверки надежности построенных шкал.

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)
ПК-1 Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения	ПК-1.1 Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	Знать: основы социально - технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения (31). Технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами социологии и маркетинга (32). Основные методы социологических исследований; (33). Методы отбора респондентов и документальных источников для количественных и качественных стратегий сбора информации; (34). Уметь: использовать знания социальных наук применительно к задачам исследования социальных институтов и процессов (У1). Анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; (У2). Применять методы социологических исследований; (У3). Работать с технической документацией; (У4). Интерпретировать профессиональные термины и понятия; (У5).

		Выстраивать межличностное взаимодействие; (У6). Использовать аудио и видео технику; (У7). Владеть: технологией сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения (В1)
ПК-3 Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование	ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования	Знать: Основы социологической теории и методов социологических и маркетинговых исследований; (З1). Основы и закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; (З2). Уметь: формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований; (У1) Анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; (У2). Разработать исследовательский инструментарий социологического и маркетингового исследования в области экономической социологии и маркетинга; (У3). Владеть: Навыками создания концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам; (В1). Определения принципов отбора источников информации (респондентов, документов) при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; (В2). Выбора и описания методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования, разработки инструментария социологического или маркетингового исследования, соответствующего задачам исследования и используемым методам, составления и согласования с заказчиком рабочей версии плана-графика реализации проекта

		социологического или маркетингового исследования. (B3).
ПК-4 Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований	ПК-4.2 Описывает результаты анализа данных социологического и маркетингового исследования	Знать: Нормативные документы по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; (31). Особенности методов социологического исследования (интервью; наблюдение; эксперимент; фокус-группа; опрос экспертов; изучение документов, статистических данных, содержащих необходимые сведения по выдвинутым задачам и гипотезам) при анализе данных социологических и маркетинговых исследований; (32). Уметь: Структурировать информацию; (У1). Анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; (У2). Давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту; (У3). Составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; (У4). Получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников; (У5). Составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования; (У6). Оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований; (У7). Владеть: Навыками по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения; (B1). Интерпретации результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования; (B2). Навыками по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования: итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных

		интервью, видео - и аудиозаписей при анализе данных социологических и маркетинговых исследований; (B3). Навыками по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований; (B4).
--	--	---

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

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

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др
УК-1		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-2		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика (преддипломная)
УК-3		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-4		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика (преддипломная)
УК-5	Основы социологии	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика (преддипломная)
УК-6		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика (преддипломная)

УК-7		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-1	Социально-экономическая статистика	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-2	Основы социологии	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-3	Методология и технологии проведения анкетного опроса и интервью Основы маркетинга	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-4		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-1		Методология и методы социологического и маркетингового исследования Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика (преддипломная)
ПК-2		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика (преддипломная)
ПК-3		Методология и методы социологического и маркетингового исследования Методы прикладной статистики для социологов и маркетологов Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика (преддипломная)
ПК-4	Основы кодирования и математического моделирования в социологии и маркетинге	Прикладные статистические программы в социологических и маркетинговых исследованиях Методы прикладной статистики социологов и маркетологов Анализ данных в социологии и маркетинге Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика

		(преддипломная)
ПК-5		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Производственная практика (преддипломная)

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основы работ на персональном компьютере

уметь:

- анализировать современные тенденции развития общества; применять полученные знания в своей профессиональной деятельности;

владеть:

- способностью к разработке инструментария прикладного исследования

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (ЗЕ), всего 108 часов, из которых 61 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 32 час., занятия семинарского типа (практические, семинарские занятия) 24 час., групповые и индивидуальные консультации 2 час., прием экзамена (КПА)- 1 час., самостоятельная работа обучающегося 12 час, контроль самостоятельной работы (КСР) - 2 час. Практическая подготовка по виду профессиональной деятельности составляет 6 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	61	61
Лекции (Лек)	32	32
Практические (семинарские) занятия (Пр)	24	24
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)	2	2
Консультации (Конс)	2	2
Сдача экзамена (КПА)	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СР), в том числе:	12	12
<i>Подготовка к промежуточной аттестации в форме экзамена</i>	35	35
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (За – зачет, ЗО – зачет с оценкой, Э – экзамен)	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 (знания, умения, навыки)	Литература	Формы текущего контроля успеваемости	Формы промежуточной аттестации	Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе
		Занятия лекционного типа	Занятия практического / семинарского типа	Консультации	Самостоятельная работа студента, в т.ч.	подготовка к промежуточной аттестации	Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)	Сдача экзамена (КПА)	Итого					
1	2	3	4		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Раздел 1. Общие принципы измерения в социологии и маркетинге в процессе сбора данных при опросе общественног о мнения в рамках социально-технологичес кой деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественног о мнения	5	8	6	-	3	-	-	-	17	ПК-1.1 (31, 32,3 3,34 ,У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, В1)	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2	Вк, Дкл, Тест	Эк	21

Раздел 2. Одномерное шкалирование при разработке программы, инструментар ия и проекте социологичес кого маркетингово го исследования и описании результатов данных социологичес кого и маркетингово го исследования , при анализе данных социологичес ких и маркетингов ых исследований , при разработке проекта в области экономическо й социологии и маркетинга, проведения социологичес кого и маркетингово го исследования	5	8	6	-	3	-	-	-	17	ПК- 3.1 (31, 32, У1, У2, У3, В1. В2, В3), ПК- 4.2 (31, 32, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, В1. В2, В3, В4)	ЛП.1 ЛП.2	Дкл, Тест	Эк	13
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--	--------------	--------------	----	----

Раздел 3. Основания типологии шкал, предложенны х Кумбсом при разработке проекта в области экономическо й социологии и маркетинга, проведения социологичес кого и маркетингово го исследования , при разработке проекта в области экономическо й социологии и маркетинга, проведения социологичес кого и маркетингово го исследования	5	8	6	-	3	-	-	-	17	ПК- 3.1 (31, 32, У1, У2, У3, В1. В2, В3)	Л1.1 Л1.2	Дкл, Тест	Эк	13
Раздел 4. Формализова нная теория измерений в процессе организации сбора данных при опросе общественног о мнения в рамках социально- технологичес кой деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественног о мнения	5	8	6	2	3	-	2	-	21	ПК- 1.1 (31, 32,3 3,34 ,У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, В1)	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2	Дкл, Тест	Эк	13

5.Промежуточная аттестация в форме экзамена	5	-	-		-	35		1	36			Ито гов ый тест к экза мен у	Эк	40
Итого	5	32	24	2	12	35	2	1	108					100

3.3. Тематический план лекционных занятий

№ п/п	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, час.
1	Общие принципы измерения в социологии и маркетинге в процессе сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально - технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения. Понятие «измерения» в социологии и маркетинге в процессе сбора данных при опросе общественного мнения.. Проблемы измерения признака. Латентные и наблюдаемые переменные. Общий подход к шкалированию. Шкалы. Установочные и оценочные шкалы. Нечисловые измерения. «Мягкие» и «жесткие» («качественные» и «количественные») методы сбора данных. Методы одномерного шкалирования с точки зрения репрезентационной теории измерений. Общие представления о метрологии. Устойчивость шкалы, обоснованность, валидность, достоверность, ошибка измерения, единичная ошибка, квазиошибка, качество данных.	8
2	Одномерное шкалирование при разработке программы, инструментария и проекте социологического маркетингового исследования и описании результатов данных социологического и маркетингового исследования, при анализе данных социологических и маркетинговых исследований, при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования. Шкала Луи Тёрстоуна. Отличие полученной шкалы от числовой. Метод парных сравнений как метод сбора данных. Его специфика, преимущества по сравнению с традиционными анкетными опросами. Построение социологических индексов. Шкала Р. Лайкерта Связь наблюдаемых признаков с искомой латентной переменной. Психологические предпосылки применения метода семантического дифференциала Осгуда. Явление синестезии. Денотативные и коннотативные характеристики. Психосемантические методы и их применение в социологии. Тестирование в социологии, психологии и маркетинге. Метод одномерного развертывания.	8

3	Основания типологии шкал, предложенных Кумбсом при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования. Классификация Кумбса по двум основаниям: процедурам опроса и моделям «поведения» респондента при ответе на вопрос. Классификация шкал: по тому, что упорядочивается и какова степень упорядочения. Место соответствующих шкал в «теоретико-измеренческой» типологии (шкалы промежуточные, между номинальной и порядковой, порядковой и интервальной, номинальной интервальной). Проблема адекватности методов для анализа данных, полученных по рассматриваемым шкалам при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга. Многомерное шкалирование.	8
4	Формализованная теория измерений в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения. Формализация как необходимый элемент научного исследования в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения. Роль формализма для систематизации вопросов, встающих при осуществлении измерения в социологии и маркетинге. Рассмотрение совокупности результатов измерения как некоторой модели реальности. Роль Стивенса в становлении репрезентационной теории измерений. Многомерный дисперсионный анализ.	8
Всего		32

3.4. Тематический план практических занятий

№ п/п	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Общие принципы измерения в социологии и маркетинге в процессе сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально - технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения. Шкалы: номинальные, порядковые, интервальные. Графический тип шкалирования. Методы одномерного шкалирования с точки зрения репрезентационной теории измерений Общие представления о метрологии.	6
2	Одномерное шкалирование при разработке программы, инструментария и проекте социологического маркетингового исследования и описании результатов данных социологического и маркетингового исследования, при анализе данных социологических и маркетинговых исследований, при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования. Проверка устойчивости шкалы.	6

	Шкалограммный анализ Л. Гуттмана. Шкала Л. Тёрстоуна для измерения установки.	
3	Основания типологии шкал, предложенных Кумбсом при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования. Логические и аналитические индексы. Построение семантического дифференциала (Ч. Осгуд). Измерение установки методом Р. Лайкерта. Шкала социальной дистанции Э. Богардуса. Многомерное шкалирование.	6
4	Формализованная теория измерений в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения. Примеры некорректности традиционных рекомендаций о возможности использования известных математических статистик для описания данных, полученных по порядковым и номинальным шкалам. Многомерный дисперсионный анализ. Проведение ковариационного анализа.	6
Всего		24

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	1
	Подготовка доклада	Доклады по разделу 1. «Общие принципы измерения в социологии и маркетинге в процессе сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально - технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения»	1
	Подготовка к тестированию	Тестирование по разделу 1 «Общие принципы измерения в социологии и маркетинге в процессе сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально - технологической деятельности в процессе организации	1

		сбора данных при опросе общественного мнения»	
2	Подготовка доклада	Доклады по разделу 2: «Одномерное шкалирование при разработке программы, инструментария и проекте социологического маркетингового исследования и описании результатов данных социологического и маркетингового исследования, при анализе данных социологических и маркетинговых исследований, при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования»	1
	Подготовка к тестированию	Тестирование по разделу 2 «Одномерное шкалирование при разработке программы, инструментария и проекте социологического маркетингового исследования и описании результатов данных социологического и маркетингового исследования, при анализе данных социологических и маркетинговых исследований, при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования»	2
3	Подготовка доклада	Доклады по разделу 3 «Основания типологии шкал, предложенных Кумбсом при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования»	1
	Подготовка к тестированию	Тестирование по разделу 3 «Основания типологии шкал, предложенных Кумбсом при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования»	2
4	Подготовка доклада	Доклады по разделу 4: «Формализованная теория измерений в	1

		процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально- технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения »	
	Подготовка к итоговому тестированию	Тестирование по разделу 4 «Формализованная теория измерений в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально- технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения »	2
Всего			12
5	Подготовка к промежуточной аттестации	Комплект итоговых тестовых заданий к Экзамену по Разделу 1. «Общие принципы измерения в социологии и маркетинге в процессе сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально- технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения». Комплект итоговых тестовых заданий к Экзамену по Разделу 2. «Одномерное шкалирование при разработке программы, инструментария и проекте социологического маркетингового исследования и описании результатов данных социологического и маркетингового исследования, при анализе данных социологических и маркетинговых исследований, при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования». Комплект итоговых тестовых заданий к Экзамену по Разделу 3. «Основания типологии шкал, предложенных Кумбсом при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования». Комплект итоговых тестовых заданий к Экзамену по Разделу 4. «Формализованная теория измерений в	35

		процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения в рамках социально - технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения»	
--	--	--	--

4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Теория измерений 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 «Теория измерений в социологии и маркетинге» 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 (экзамена) 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	Уровень знаний	Минимально допус-	Уровень знаний в	Уровень знаний в

знаний	<i>ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</i>	<i>тимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок</i>	<i>объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</i>	<i>объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</i>
Наличие умений	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки</i>	<i>Продemonстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i>	<i>Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</i>	<i>Продemonстрированы 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>Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>Продemonстрированы 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-1 Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения	ПК-1.1 Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	знать:	Уровень знаний основ социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами социологии и маркетинга (32). Основные методы социологических исследований; (33). Методы отбора респондентов и документальных источников для количественных и качественных стратегий сбора информации; (34).	Уровень знаний основ социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами социологии и маркетинга; основных методов социологических исследований; методов отбора респондентов и документальных	Уровень знаний о допустимом уровне знаний основ социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами социологии и маркетинга; основных методов социологических исследований; методов отбора респондентов и документальных	Уровень знаний основ социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; технологии и процедуры сбора социологических данных в соответствии с международными стандартами социологии и маркетинга; основных методов социологических исследований; методов отбора респондентов и документальных

			источников для количественных и качественных стратегий сбора информации и в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	источников для количественных и качественных стратегий сбора информации, имеет место несколько негрубых ошибок	ов документальных источников для количественных и качественных стратегий сбора информации, имеет место много негрубых ошибок	источников для количественных и качественных стратегий сбора информации, имеют место грубые ошибки
		уметь:				
		использовать знания социальных наук применительно к задачам исследования социальных институтов и процессов (У1). Анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; (У2). Применять методы социологических исследований; (У3). Работать с	Продемонстрированы все основные умения использовать знания социальных наук применительно к задачам исследования социальных институтов и процессов; анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту в рамках социально-технологической деятельности	Продемонстрированы все основные умения использовать знания социальных наук применительно к задачам исследования социальных институтов и процессов; анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту в рамках социально-технологической деятельности	Продемонстрированы основные умения использовать знания социальных наук применительно к задачам исследования социальных институтов и процессов; анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту в рамках социально-технологической деятельности	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения использовать знания социальных наук применительно к задачам исследования социальных институтов и процессов; анализировать возможность применения тех или иных социологических методов к конкретному проекту в рамках социально-технологической деятельности

		технической документацией ; (У4). Интерпретировать профессиональные термины и понятия; (У5). Выстраивать межличностное взаимодействие; (У6). Использовать аудио и видео технику; (У7).	ческой деятельности в процессе организации и сбора данных при опросе общественно мнения; применять методы социологических исследований; работать с технической документацией; интерпретировать профессиональные термины и понятия; выстраивать межличностное взаимодействие; использовать аудио и видео технику; с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	ческой деятельности в процессе организации и сбора данных при опросе общественно мнения; применять методы социологических исследований; работать с технической документацией; интерпретировать профессиональные термины и понятия; выстраивать межличностное взаимодействие; использовать аудио и видео технику; , решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с	деятельности в процессе организации и сбора данных при опросе общественно мнения; применять методы социологических исследований; работать с технической документацией; интерпретировать профессиональные термины и понятия; выстраивать межличностное взаимодействие; использовать аудио и видео технику; использовать сетевые технологии, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	в рамках социально - технологической деятельности в процессе организации и сбора данных при опросе общественно мнения; применять методы социологических исследований; работать с технической документацией; интерпретировать профессиональные термины и понятия; выстраивать межличностное взаимодействие; использовать аудио и видео технику; , имеют место грубые ошибки
--	--	---	--	--	--	---

				недочетами		
		владеть:				
		технологией сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения (B1)	Продемонстрированы навыки по технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения без ошибок и недочетов	Продемонстрированы базовые навыки по технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения с некоторыми недочетами	Имеется минимальный набор навыков по технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения с некоторыми недочетами	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки по технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения, имеют место грубые ошибки
ПК-3 Способен разработать проект в области и эконом	ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментов и проект социологического и маркетингового	знать:				
		Основы социологической теории и методов социологических и маркетинговых исследований; (31).	Уровень знаний основ социологической теории и методов социологических	Уровень знаний основ социологической теории и методов социологических	Минимально допустимый уровень знаний основ социологической	Уровень знаний основ социологической теории и методов социологических

ическо й социол огии и маркет инга, провес ти социол огичес кое и маркет ингово е исслед ование	исследовани я	Основы и закономерност и функционирова ния социологическ ой науки, принципы соотношения методологии и методов социологическ ого познания при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологическ ого и маркетинговог о исследования; (32).	ских и маркетинго вых исследовани й; основ и закономерн остей функционир ования социологиче ской науки, принципов соотношен ия методологи и и методов социологиче ского познания при разработк е проекта в области экономиче ской социологии и маркетинг а, проведения социологич еского и маркетинг ового исследован ия в объеме, соответст вующем программе подготовки, без ошибок	ских и маркетинго вых исследовани й; основ и закономерн остей функционир ования социологиче ской науки, принципов соотношен ия методологи и и методов социологиче ского познания при разработк е проекта в области экономиче ской социологии и маркетинг а, проведения социологич еского и маркетинг ового исследован ия, имеет место несколько негрубых ошибок	теории и методов социологиче ских и маркетинго вых исследовани й; основ и закономерн остей функционир ования социологиче ской науки, принципов социологиче ской науки, принципов социологиче ской науки, принципов соотношен ия принципов соотношен ия методологи и и методов социологиче ского познания при разработк е проекта в области экономиче ской социологии и маркетинг а, проведения социологич еского и маркетинг ового исследован ия, имеет место много негрубых ошибок	еских и маркетинг овых исследован ий; основ и закономерно стей функционир ования социологиче ской науки, принципов соотношени я методологи и и методов социологиче ского познания при разработке проекта в области экономичес кой социологии и маркетинг а, проведения социологич еского и маркетинг ового исследован ия, имеют место грубые ошибки
		уметь:				
		формулировать цели, ставить конкретные задачи социологическ	Продемонс трированы все основные умения	Продемонс трированы все основные умения	Продемонс трированы основные Умения формулиров	При решении стандартн ых задач не продемонс

		их и маркетинговых исследований; (У1) Анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; (У2). Разработать исследовательский инструментarium социологического и маркетингового исследования в области экономической социологии и маркетинга; (У3).	формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований; анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; разработать исследовательский инструментarium социологического и маркетингового исследования в области экономической социологии и маркетинга с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном	формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований; анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; разработать исследовательский инструментarium социологического и маркетингового исследования в области экономической социологии и маркетинга, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном	ать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований; анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; разработать исследовательский инструментarium социологического и маркетингового исследования в области экономической социологии и маркетинга, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	трированы основные умения формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований; анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; разработать исследовательский инструментarium социологического и маркетингового исследования в области экономической социологии и маркетинга, имеют место грубые ошибки
--	--	--	---	--	---	--

			объеме	объеме, но некоторые с недочетами		
		владеть:				
		Навыками создания концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам; (B1). Определения принципов отбора источников информации (респондентов, документов) при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; (B2). Выбора и описания методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования, разработки инструментария социологического или маркетингового исследования, соответствующего задачам исследования и используемым	Продемонстрированы навыки по созданию концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам; определению принципов отбора источников информации (респондентов, документов) при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; выбору и описанию методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования, разработке инструментария социологического или маркетингового исследования, ,	Продемонстрированы базовые навыки по созданию концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам; определению принципов отбора источников информации (респондентов, документов) при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; выбору и описанию методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования, разработке инструментария социологического или маркетингового исследования	Имеется минимальный набор навыков по созданию концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам; определению принципов отбора источников информации и (респондентов, документов) при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; выбору и описанию методов сбора и обработки информации для всех	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки по созданию концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам; определению принципов отбора источников информации (респондентов, документов) при разработке проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; выбору и описанию методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования, разработке

		методам, составления и согласования с заказчиком рабочей версии плана-графика реализации проекта социологического или маркетингового исследования. (В3).	соответствующего задания исследования и используемым методам, составления и согласования с заказчиком рабочей версии плана-графика реализации проекта социологического или маркетингового исследования без ошибок и недочетов	, соответствующего задания исследования и используемым методам, составления и согласования с заказчиком рабочей версии плана-графика реализации проекта социологического или маркетингового исследования с некоторыми недочетами	этапов исследования, разработке инструментария социологического или маркетингового исследования, соответствующего заданиям исследования и используемым методам, составления и согласования с заказчиком рабочей версии плана-графика реализации проекта социологического или маркетингового исследования с некоторыми недочетами	инструментария социологического или маркетингового исследования, соответствующего заданиям исследования и используемым методам, составления и согласования с заказчиком рабочей версии плана-графика реализации проекта социологического или маркетингового исследования, имеют место грубые ошибки
ПК-4 Способен анализировать данные социологических и маркетинговых	ПК-4.2 Описывает результаты анализа данных социологического и маркетингового исследования	знать:				
		Нормативные документы по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования;	Уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической	Уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической	Минимально допустимый уровень знаний нормативных документов по оформлению	Уровень знаний нормативных документов по оформлению

х исслед ований		(31). Особенности методов социологическ ого исследования (интервью; наблюдение; эксперимент; фокус-группа; опрос экспертов; изучение документов, статистических данных, содержащих необходимые сведения по выдвинутым задачам и гипотезам) при анализе данных социологическ их и маркетинговых исследований; (32).	документац ии и научных отчетов по итогам исследовани я; особенност ей методов социологиче ского исследовани я (интервью; наблюдение ; эксперимен т; фокус- группа; опрос экспертов; изучение документов , статистич еских данных, содержащи х необходимы е сведения по выдвинуты м задачам и гипотезам) при анализе данных социологич еских и маркетинг овых исследован ий; в объеме, соответст вующем программе подготовки,	документац ии и научных отчетов по итогам исследовани я; особенност ей методов социологиче ского исследовани я (интервью; наблюдение ; эксперимен т; фокус- группа; опрос экспертов; изучение документов , статистич еских данных, содержащи х необходимы е сведения по выдвинуты м задачам и гипотезам) при анализе данных социологич еских и маркетинг овых исследован ий; имеет место несколько негрубых ошибок	ю научно- техническо й документац ии и научных отчетов по итогам исследовани я; особенност ей методов социологиче ского исследовани я (интервью; наблюдение ; эксперимен т; фокус- группа; опрос экспертов; изучение документов , статистич еских данных, содержащи х необходимы е сведения по выдвинуты м задачам и гипотезам) при анализе данных социологич еских и маркетинг овых исследован ий; имеет место много	документа ции и научных отчетов по итогам исследован ия; особенност ей методов социологич еского исследован ия (интервью; наблюдение ; эксперимен т; фокус- группа; опрос экспертов; изучение документо в, статистич еских данных, содержащ их необходим ые сведения по выдвинуты м задачам и гипотезам) при анализе данных социологи ческих и маркетин говых исследова ний; ниже минимальны х требований, имеют
-----------------------	--	---	---	--	---	---

			без ошибок		негрубых ошибок	место грубые ошибки
		уметь:				
		Структурировать информацию; (У1). Анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; (У2). Давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту; (У3). Составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; (У4). Получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников; (У5). Составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового	Продемонстрированы все основные умения структурировать информацию; анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; получать социологическую и маркетинговую	Продемонстрированы все основные умения структурировать информацию; анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; получать социологическую и маркетинговую	Продемонстрированы основные Умения анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований; разрабатывать исследовательский инструментарий социологического и маркетингового исследования; структурировать информацию; анализировать и	При решении стандартных задач продемонстрированы основные умения структурировать информацию; анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников; составлять

		о исследования; (У6). Оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований; (У7).	бую информацию из различных типов источников ; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	бую информацию из различных типов источников ; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с	оценивать информацию источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников ; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического	структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования, имеют место грубые ошибки
--	--	---	---	---	--	---

				недочетами	ского и маркетингового исследования; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	
владеть:						
		Навыками по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения (В1); Интерпретации результатов анализа данных социологического и	Продемонстрированы навыки по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения; интерпретации результатов анализа	Продемонстрированы базовые навыки по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения; интерпретации результатов	Имеется минимальный набор навыков по проведению переговоров, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования по анализу данных социологиче	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки по проведению переговоров, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования по анализу данных социологиче

	маркетингового исследования; (B2). Навыками по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования: итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей при анализе данных социологических и маркетинговых исследований; (B3). Навыками по составлению	данных социологического и маркетингового исследования навыки по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования : итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей при анализе данных социологических и	анализа данных социологического и маркетингового исследования навыки по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования : итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей при анализе данных социологических и маркетинго	ского и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения; интерпретации результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования навыков по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования : итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей при анализе данных социологических и маркетинго	ского и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения; интерпретации результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования навыков по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования : итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей при анализе данных социологических и маркетинго
--	--	--	---	---	---

		отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований; (B4).	маркетинговых исследований навыки по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований	вых исследований навыки по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований	альной отчетно-технической документацией (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус-групп, глубинных, фокусированных интервью, видео- и аудиозаписей при анализе данных социологических и маркетинговых исследований транскриптов фокус-групп, глубинных, фокусированных интервью, видео- и аудиозаписей при анализе данных социологических и маркетинговых исследований навыков по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по	документальных источников; транскриптов фокус-групп, глубинных, фокусированных интервью, видео- и аудиозаписей при анализе данных социологических и маркетинговых исследований навыков по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования при анализе данных социологических и маркетинговых исследований в соответствии с требованиями заказчика или
--	--	---	---	---	---	--

			исследовани й без ошибок и недочетов	й с некоторыми недочетами	итогам социологиче ского и маркетинго вого исследовани я при анализе данных социологич еских и маркетинг овых исследован ий в соответств ии с требования ми заказчика или внутренним и требования ми компании, разработки предложени й по постановке и решению управленчес ких задач на основе результато в социологиче ского и маркетинго вого исследовани я с некоторыми недочетами	внутренним и требования ми компании, разработки предложени й по постановке и решению управленчес ких задач на основе результатов социологиче ского и маркетинго вого исследовани ю, 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	Т. И. Мурашкина	Теория измерений	Учебное пособие	М. :Высш. шк	2007	-	15
2	Толстова, Ю.Н.	Основы многомерного шкалирования	Учебное пособие для вузов	М.: КДУ	2006	-	25

Дополнительная 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	Власова М.Л.	Социологические методы в маркетинговых исследованиях	учебное пособие для вузов	М. : Изд. дом ГУ ВШЭ	2005	-	20
2	Добренков В.И.	Методы социологического исследования	учебник для вузов	М. : ИНФРА	2004	-	23

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 библиотека (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 NL 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
5	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	<i>доска аудиторная, экран, ноутбук</i>
		Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций	<i>доска аудиторная, переносной ноутбук</i>
		Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций	<i>проектор (переносной), ноутбук (переносной)</i>
2	Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<i>доска аудиторная</i>
		Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<i>доска аудиторная, экран, проектор, компьютер с монитором</i>
3	Самостоятельная работа обучающегося	Компьютерный класс с выходом в Интернет	<i>моноблок (30 шт.), проектор, экран</i> <i>Программное обеспечение:</i> <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.</i> <i>Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии – бессрочно;</i> <i>Браузер Chrome, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии – бессрочно;</i> <i>LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии - бессрочно.</i>

		Читальный зал библиотеки	<i>проектор, переносной экран, тонкие клиенты (13 шт.), компьютеры (5 шт.)</i>
--	--	--------------------------	--

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;

3. Структура дисциплины по заочной форме

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		3
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:	17	17
Лекции (Лек)	4	4
Практические (семинарские) занятия (Пр)	8	8
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)	4	4
Сдача экзамена (КПА)	1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:	83	83
<i>Подготовка к промежуточной аттестации в форме экзамена</i>	8	8
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (За – зачет, ЗО – зачет с оценкой, Э – экзамен)	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. 38-40).

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



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

«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

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Теория измерений 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 «Теория измерений 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)



личная подпись

Ю.В. Торкунова

Рецензент генеральный директор

маркетингового агентства ООО «Блубэг»

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



личная подпись

Жукова О.В.

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

ПК-1.1 Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии.

ПК-3.1 Разрабатывает программу, инструментарий и проект социологического и маркетингового исследования.

ПК-4.2 Описывает результаты анализа данных социологического и маркетингового исследования.

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, тестирование, доклады, экзамен.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 5 семестр. Форма промежуточной аттестации 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 5

Номер раздела/ темы дисциплины	Вид СРС	Наименование оценочного средства	Код индикатора достижения компетенций	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	Вопросы входного контроля	ПК-1.1 (31,32,33, 34,У1,У2, У3,У4,У5, У6,У7,В1)	менее 2	3-4	4-6	6-8
	Изучение теоретическог о материала, подготовка к	Доклад		менее 4	4-4	4-5	5-6

	докладу	Тест					
	Подготовка к тестированию			менее 4	4-5	5-6	6-7
2	Изучение теоретического материала, подготовка к докладу	Доклад	ПК-3.1 (31,32, У1,У2,У3, В1.В2,В3), ПК-4.2 (31,32,У1, У2,У3,У4, У5,У6,У7, В1.В2,В3,В 4)	менее 4	4-4	4-5	5-6
	Подготовка к тестированию	Тест		менее 4	4-5	5-6	6-7
3	Изучение теоретического материала, подготовка к докладу	Доклад	ПК-3.1 (31,32, У1,У2,У3, В1.В2,В3)	менее 4	4-4	4-5	5-6
	Подготовка к тестированию	Тест		менее 4	4-5	5-6	6-7
4	Изучение теоретического материала, подготовка доклада	Доклад	ПК-1.1 (31,32,33,3 4,У1,У2,У3 ,У4,У5,У6, У7,В1)	менее 4	4-4	4-5	5-6
	Подготовка к итоговому тестированию	Тест		менее 4	4-5	5-6	6-7
Промежуточная аттестация							
5	Подготовка к экзамену	Итоговый тест к экзамену (ИтЭк)	ПК-1.1 (31,32,33, 34,У1,У2, У3,У4,У5, У6,У7,В1), ПК-3.1 (31,32, У1,У2,У3, В1.В2,В3), ПК-4.2 (31,32,У1, У2,У3,У4, У5,У6,У7, В1.В2,В3,В 4)	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,
Тестирование (Т)	Тесты представляют собой короткие задания, которые выполняются на практических занятиях в конце каждого учебного модуля (всего учебных модулей 4). Проверяются знания текущего материала: основные понятия и определения; умения применять полученные знания для решения практических задач.	Тесты
Итоговый тест к экзамену (ИтЭк)	Вопросы итогового тестирования разработаны с целью определения уровня знаний лиц, показывающие конечный результат освоения дисциплины.	Комплект итоговых тестовых заданий к экзамену

3. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Дается характеристика всех оценочных материалов текущего контроля успеваемости обучающихся в соответствии с технологической картой и перечнем оценочных средств по дисциплине

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» 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. Что такое шкала? Назовите типы шкал, приведите примеры. 2. Что понимается под измерением в социологии?

	3. Опишите сущность «мягкого» и «жесткого» подходов в социологии. 4. Выборка и репрезентативность.
--	--

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: «Высокий уровень»: - 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. «Средний уровень»: - 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. «Ниже среднего» уровень: - 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. «Низкий уровень»: 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: минимум – 3 б. Количество баллов: максимум – 8 б. Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение заданий входного контроля за 5 семестр– 8 баллов.
Наименование оценочного средства	Доклад (Дкл)
Представление и содержание оценочных материалов	<u>Требования к докладу:</u> <u>ФИО и № гр. студента</u> <u>Тема:</u> 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.

(Что вы думаете по существу темы и что предлагаете?)

Тезисы выполняются на листах формата А4 (297х210мм), 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.

При обсуждении учитываются:- ясность изложения, самостоятельное суждение, владение материалом;- умение студента отвечать на вопросы и замечания;- оформление работы.

Комплект тем для докладов к Разделу 1.

1. «Мышление признаками»
2. «Жесткий» подход в социологии
3. «Мягкий» подход в социологии
4. Одномерное шкалирование
5. Тестовый подход в социологии
6. Сложность понятия признака
7. Социологические индексы
8. Тесты в социологии
9. Измерение как моделирование реальности
10. Кризис измерения

Комплект тем для докладов к Разделу 2.

1. Метод построения шкал Терстоуна
2. Шкала Лайкерта
3. Шкалограммный анализ Гутмана
4. Социологический индекс
5. Явление синестезии
6. Различение негативных и денотативных признаков
7. Латентно-структурный анализ Лазерсфельда
8. Метод парных сравнений как метод построения шкалы
9. Метод парных сравнений как метод сбора данных
10. Метод репертуарных решеток

Комплект тем для докладов к Разделу 3.

1. Метод семантического дифференциала
2. Метода одномерного развертывания
3. Модель идеальной точки
4. Отношение частичного порядка
5. Степени упорядочения объектов (Кумбс)
6. Метод семантического дифференциала
7. Методики групповой оценки личности
8. Методологические аспекты использования математики в социологии
9. Методы одномерного шкалирования лежащие в русле тестовой

	традиции 10. Модель восприятия Комплект тем для докладов к Разделу 4. 1. Формирование представлений о признаке в социологии 2. Эмпирическая и математическая системы 3. Этапы построения шкалы. 4. Модельные представления 5. Нечисловые измерения в социологии 6. Одномерное развертывание 7. Одномерное шкалирование 8. Парадигма измерений Стивенса 9. Проблемы измерения, возникающие при выборе способа анализа данных 10. Психофизическое измерение как предпосылка возникновения одномерного шкалирования 11. Репрезентационная теория измерений 12. Роль формализма в развитии науки
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: «Высокий уровень»: - 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. «Средний уровень»: - 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. «Ниже среднего» уровень: - 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. «Низкий уровень»: - 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: минимум – 4 балла. Количество баллов: максимум – 6 баллов. Максимальное количество баллов по балльно - рейтинговой системе за выполнение подготовленных докладов за 5 семестр– 24 балла.
Наименование	Тест (Тест)

оценочного средства	
Представление и содержание оценочных материалов	Комплект тестовых заданий к Разделу 1. 1. При уменьшении дробности шкалы точность измерения: 1. увеличивается 2. <i>уменьшается</i> 3. не меняется 4. возможно всё вышеперечисленное 2. При уменьшении дробности шкалы устойчивость измерения: 1. <i>увеличивается</i> 2. уменьшается 3. не меняется 4. возможно всё вышеперечисленное 3. Как меняется валидность измерения при увеличении дробности шкалы? 1. увеличивается 2. уменьшается 3. может как увеличиваться, так и уменьшаться 4. <i>валидность не связана с дробностью шкалы</i> 4. Что из перечисленного является завершающим этапом измерительной процедуры: 1. Шкалирование 2. теоретическая операционализация понятий 3. поиск эмпирических индикаторов 4. <i>анализ данных</i> 5. Наличие разброса значений в ответах респондентов говорит о: 1. <i>пригодности вопроса в качестве измерительного инструмента</i> 2. низкой точности шкалы 3. невалидности измерения 4. релевантности вопроса 6. Какие ошибки возможны при формировании шкал: 1. категории выделены не по одному основанию 2. категории пересекаются 3. категории различаются по объему наполнения 4. <i>всё вышеперечисленное</i> 7. Исследование, ориентированное на регистрацию фактов реальности и эмпирических закономерностей, называется: 1. <i>эмпирическим исследованием;</i> 2. фундаментальным исследованием; 3. прикладным исследованием. 8. Способность шкалы целенаправленно измерять вполне определенное свойство или признак объекта составляет содержание такой характеристики надежности, как: 1. устойчивость шкалы; 2. <i>обоснованность шкалы;</i> 3. точность и правильность шкалы. 9. Отношения равенства между явлениями в каждом классе и отношения последовательности в понятиях «больше» и «меньше» между всеми без исключения классами устанавливает: 1. простая номинальная шкала; 2. <i>порядковая шкала;</i> 3. интервальная шкала;

4. шкала отношений.

10. Ранговые шкалы являются разновидностью

1. *порядковых шкал;*
2. интервальных шкал;
3. шкал отношений.

11. Эмпирическая интерпретация понятий – это:

1. установление связи с более общими понятиями;
2. *прямое установление эмпирических признаков;*
3. предположительное знание.

12. Поиск устойчивых сочетаний свойств социальных объектов в целостной системе переменных характеризует

1. группировку;
2. *эмпирическую типологизацию;*
3. научное описание.

13. Фиксация результатов эмпирического исследования с помощью выбранной системы обозначений и выражение этих результатов в понятиях науки представляет собой:

1. объяснение;
2. *научное описание;*
3. предсказание.

14. Какая шкала здесь использована? «Каков доход в среднем на одного члена Вашей семьи? ____ тыс. руб.»:

1. шкала наименований;
2. *шкала отношений;*
3. интервальная шкала.

Комплект тестовых заданий к Разделу 2.

1. В процессе работы с текстовой информацией социолог имеет дело в основном с _____ уровнем измерения номинальным

2. Измерения, ставящие в соответствие качественным отношениям их условно количественные аналоги, называются:

1. квалитетическими
2. измерительными
3. социологическими
4. математическими
5. психологическими

3. Состояние признака устанавливается с помощью 1. индикатора

2. характеристики
3. показателя
4. параметра
5. единицы измерения

4. Сторонники «жесткого» подхода в социологии опираются на позицию классической социологии, сформулированную в середине XIX века

1. О. Контом
2. Э. Дюркгеймом
3. М. Вебером
4. Г. Мидом
5. Т. Парсонсом

5. Сторонники «мягкого» подхода в социологии опираются на позицию выдающегося мыслителя XX века О. Контом

1. Э. Дюркгеймом
2. М. Вебером

3. Г. Мидом
 4. Т. Парсонсом
 6. Из четырех стадий построения шкалы необходимой предпосылкой надежности будущей шкалы является квалифицированное проведение _____ стадии
 7. В случае номинальной шкалы можно легко перейти к _____ шкале
 8. В случае номинальной шкалы мы имеем дело _____ уровнем измерения
 9. Если исследователь заранее задает возрастные группы, то шкала «возраста» априори будет шкалой 1. порядковой
 2. номинальной
 3. сравнения
 4. числовой
 5. параметрической
 10. По мнению Л. Терстоуна, оптимальное число групп суждений равно
 1. одиннадцати
 2. десяти
 3. пяти
 4. семи
 5. двенадцати
 11. Автором метода одномерного развертывания является
 1. Лазарсфельд
 2. Терстоун
 3. Осгуд
 4. Лайкерт
 5. Кумбс
 12. Шкалы, на которых допустимы преобразования сдвига
 1. номинальная
 2. разностей
 3. отношений
 4. абсолютная
 5. порядковая
 13. Шкалы, на которых допустимы преобразования подобия
 1. номинальная
 2. разностей
 3. отношений
 4. абсолютная
 5. порядковая
 14. Шкалы, на которых допустимы тождественные преобразования
 1. номинальная
 2. разностей
 3. отношений
 4. абсолютная
 5. порядковая
- Комплект тестовых заданий к Разделу 3.
1. Шкалы, на которых допустимы взаимно однозначные преобразования
 1. номинальная
 2. разностей
 3. отношений

4. абсолютная
5. порядковая
- 2. Отсутствие разброса ответов по значениям шкалы (попадание ответов в один пункт; использование респондентами лишь части шкалы) говорит о нарушении:**
 1. *правильности/точности*
 2. обоснованности/валидности
 3. устойчивости
 4. репрезентативности
- 3. Автор метода парных сравнений:**
 1. Л.Терстоун
 2. *Р.Лейкерт*
 3. Ч.Осгуд
 4. Л.Гуттман
 5. Д.Келли
- 4. Автор шкалограммного анализа:**
 1. Л.Терстоун
 2. Р.Лейкерт
 3. Ч.Осгуд
 4. *Л.Гуттман*
 5. Д.Келли
- 5. Автор метода семантического дифференциала:**
 1. Л.Терстоун
 2. Р.Лейкерт
 3. *Ч.Осгуд*
 4. Л.Гуттман
 5. Д.Келли
- 6. Автор метода репертуарных решеток:**
 1. Л.Терстоун
 2. Р.Лейкерт
 3. Ч.Осгуд
 4. Л.Гуттман
 5. *Д.Келли*
- 7. Автор метода экспертных оценок:**
 1. *Л.Терстоун*
 2. Р.Лейкерт
 3. Ч.Осгуд
 4. Л.Гуттман
 5. Д.Келли
- 8. Метод, предполагающий формирование ряда биполярных градуированных оценочных шкал:**
 1. метод парных сравнений
 2. шкалограммный метод
 3. метод репертуарных решеток
 4. *семантический дифференциал*
- 9. Метод, позволяющий выявить у респондента его собственные критерии восприятия и оценивания объектов, без навязывания ему критериев, выделенных исследователем.**
 1. метод парных сравнений
 2. шкалограммный метод
 3. *метод репертуарных решеток*
 4. семантический дифференциал

10. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент выбирает одно или несколько наименований из списка:

1. *номинальная*
2. порядковая
3. ранговая
4. балльная
5. метрическая (шкала интервалов)
6. метрическая (шкала отношений)

11. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент располагает объекты в порядке возрастания/убывания какой-либо характеристики:

1. номинальная
2. порядковая
3. *ранговая*
4. балльная
5. метрическая (шкала интервалов)
6. метрическая (шкала отношений)

12. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент причисляет объект по его характеристикам к какому-либо числовому интервалу:

1. номинальная
2. порядковая
3. ранговая
4. балльная
5. *метрическая (шкала интервалов)*
6. метрическая (шкала отношений)

13. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент дает количественное выражение характеристик объекта в виде конкретного числового значения:

1. номинальная
2. порядковая
3. ранговая
4. балльная
5. метрическая (шкала интервалов)
6. *метрическая (шкала отношений)*

14. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент выбирает один вариант из списка логически упорядоченных по смыслу ответов:

1. номинальная
2. *порядковая*
3. ранговая
4. балльная
5. метрическая (шкала интервалов)
6. метрическая (шкала отношений)

Комплект тестовых заданий к Разделу 4.

1. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент причисляет объект по его характеристикам к какому-либо числовому интервалу:

1. номинальная
2. порядковая
3. ранговая

4. балльная
5. *метрическая (шкала интервалов)*
6. метрическая (шкала отношений)

2 Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент дает количественное выражение характеристик объекта в виде конкретного числового значения:

1. номинальная
2. порядковая
3. ранговая
4. балльная
5. метрическая (шкала интервалов)
6. *метрическая (шкала отношений)*

3. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент выбирает один вариант из списка логически упорядоченных по смыслу ответов:

1. номинальная
2. *порядковая*
3. ранговая
4. балльная
5. метрическая (шкала интервалов)
6. метрическая (шкала отношений)

4. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент дает оценку объекту по заданной шкале (присваивает оценку в баллах)

1. номинальная
2. порядковая
3. ранговая
4. *балльная*
5. метрическая (шкала интервалов)
6. метрическая (шкала отношений)

5. Балльная шкала является разновидностью:

1. номинальной
2. порядковой
3. *метрической (отношений)*
4. метрической (интервалов)

6. Ранговая шкала является разновидностью:

1. номинальной
2. *порядковой*
3. метрической (отношений)
4. метрической (интервалов)

7. Возможности математической обработки:

1. выше всего у номинальной шкалы
2. выше всего у порядковой шкалы
3. *выше всего у метрической шкалы*
4. не зависят от типа шкалы

8. Дихотомическая шкала является разновидностью:

1. *номинальной*
2. порядковой
3. метрической (отношений)
4. метрической (интервалов)

9. Вопросы, предназначенные для выделения определенной части респондентов:

1. *вопросы-фильтры*

	2. вопросы-ловушки 3. сенситивные вопросы 4. открытые вопросы 5. закрытые вопросы 6. полузакрытые вопросы 7. альтернативные вопросы 8. множественные вопросы 10. Вопросы, на которые можно выбрать несколько вариантов ответа: 1. вопросы-фильтры 2. вопросы-ловушки 3. сенситивные вопросы 4. открытые вопросы 5. закрытые вопросы 6. полузакрытые вопросы 7. альтернативные вопросы 8. <i>множественные вопросы</i> 11. Наиболее сложны для респондента ответы на: 1. закрытые вопросы 2. полузакрытые вопросы 3. <i>открытые вопросы</i> 12. Большая вероятность возникновения гало-эффекта имеет место в случае, когда в анкете: 1. <i>много подряд расположенных однотипных вопросов</i> 2. имеются сенситивные вопросы 3. большое разнообразие типов вопросов и шкал 4. много открытых вопросов 13. Способность шкалы измерять вполне определенное свойство или признак, а не какой-либо другой носит название: 1. устойчивость 2. правильность, точность 3. <i>обоснованность, валидность</i> 4. репрезентативность 14. Повторяемость, неизменность выбора респондентами значения измеряемого признака носит название: 1. <i>устойчивость</i> 2. правильность, точность 3. обоснованность, валидность 4. репрезентативность
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 1 балл; неверный ответ – 0 баллов.</i> <i>Критериями оценки выполнения итогового теста к экзамену, согласно достигнутого уровня, являются:</i> «Высокий уровень» оценивается правильным выполнением 14 тестовых заданий и получением - 7 баллов; «Средний уровень» оценивается правильным выполнением – 12 тестовых заданий и получением – 6 баллов; 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 итогового тестового задания к зачету с оценкой за 5 семестр – 40 баллов.
--	--

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации

Наименование оценочного средства	Итоговый тест к экзамену (ИтЭк)
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.</i> Комплект итоговых тестовых заданий к экзамену: 1. В процессе работы с текстовой информацией социолог имеет дело в основном с _____ уровнем измерения номинальным 2. Измерения, ставящие в соответствие качественным отношениям их условно количественные аналоги, называются: 1. квалитетическими 2. измерительными 3. социологическими 4. математическими 5. психологическими 3. Состояние признака устанавливается с помощью 1. индикатора 2. характеристики 3. показателя 4. параметра 5. единицы измерения 4. Сторонники «жесткого» подхода в социологии опираются на позицию классической социологии, сформулированную в середине XIX века 1. О.Контом 2. Э. Дюркгеймом 3. М. Вебером 4. Г. Мидом 5. Т. Парсонсом 5. Сторонники «мягкого» подхода в социологии опираются на позицию выдающегося мыслителя XX века О.Контом 1. Э. Дюркгеймом 2. М. Вебером 3. Г. Мидом 4. Т.Парсонсом 6. Из четырех стадий построения шкалы необходимой предпосылкой надежности будущей шкалы является квалифицированное проведение _____ стадии 7. В случае номинальной шкалы можно легко перейти к _____ шкале

	8. В случае номинальной шкалы мы имеем дело _____ уровнем измерения 9. Если исследователь заранее задает возрастные группы, то шкала «возраста» априори будет шкалой 1. порядковой 2. номинальной 3. сравнения 4. числовой 5. параметрической 10. По мнению Л. Терстоуна, оптимальное число групп суждений равно 1. одиннадцати 2. десяти 3. пяти 4. семи 5. двенадцати 11. Автором метода одномерного развертывания является 1. Лазарсфельд 2. Терстоун 3. Осгуд 4. Лайкерт 5. Кумбс 12. Шкалы, на которых допустимы преобразования сдвига 1. номинальная 2. разностей 3. отношений 4. абсолютная 5. порядковая 13. Шкалы, на которых допустимы преобразования подобия 1. номинальная 2. разностей 3. отношений 4. абсолютная 5. порядковая 14. Шкалы, на которых допустимы тождественные преобразования 1. номинальная 2. разностей 3. отношений 4. абсолютная 5. порядковая 15. Шкалы, на которых допустимы взаимно однозначные преобразования 1. номинальная 2. разностей 3. отношений 4. абсолютная 5. порядковая 16. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент выбирает одно или несколько наименований из списка: 1. номинальная 2. порядковая 3. ранговая 4. балльная 5. метрическая (шкала интервалов)
--	--

	6. метрическая (шкала отношений) 17. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент располагает объекты в порядке возрастания/убывания какой-либо характеристики: 1. номинальная 2. порядковая 3. <i>ранговая</i> 4. балльная 5. метрическая (шкала интервалов) 6. метрическая (шкала отношений) 18. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент причисляет объект по его характеристикам к какому-либо числовому интервалу: 7. номинальная 8. порядковая 9. ранговая 10. _____ альная 11. _____ <i>етрическая (шкала интервалов)</i> 12. _____ етрическая (шкала отношений) 19. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент дает количественное выражение характеристик объекта в виде конкретного числового значения: 7. номинальная 8. порядковая 9. ранговая 10. _____ альная 11. _____ <i>етрическая (шкала интервалов)</i> 12. _____ <i>етрическая (шкала отношений)</i> 20. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент выбирает один вариант из списка логически упорядоченных по смыслу ответов: 7. номинальная 8. <i>порядковая</i> 9. ранговая 10. _____ альная 11. _____ <i>етрическая (шкала интервалов)</i> 12. _____ <i>етрическая (шкала отношений)</i> 21. Укажите соответствующее название шкалы, при которой респондент дает оценку объекту по заданной шкале (присваивает оценку в баллах) 7. номинальная 8. порядковая 9. ранговая
--	---

	10. _____ <i>аллельная</i>
	11. _____ метрическая (шкала интервалов)
	12. _____ метрическая (шкала отношений)
	22. Балльная шкала является разновидностью: 5. номинальной 6. порядковой 7. метрической (отношений) 8. метрической (интервалов)
	23. Ранговая шкала является разновидностью: 5. номинальной 6. порядковой 7. метрической (отношений) 8. метрической (интервалов)
	24. Возможности математической обработки: 5. выше всего у номинальной шкалы 6. выше всего у порядковой шкалы 7. выше всего у метрической шкалы 8. не зависят от типа шкалы
	25. Дихотомическая шкала является разновидностью: 5. номинальной 6. порядковой 7. метрической (отношений) 8. метрической (интервалов)
	26. Вопросы, предназначенные для выделения определенной части респондентов: 9. вопросы-фильтры 10. вопросы-ловушки 11. сенситивные вопросы 12. открытые вопросы 13. закрытые вопросы 14. полужакрытые вопросы 15. альтернативные вопросы 16. множественные вопросы
	27. Вопросы, на которые можно выбрать несколько вариантов ответа: 9. вопросы-фильтры 10. вопросы-ловушки 11. сенситивные вопросы 12. открытые вопросы 13. закрытые вопросы 14. полужакрытые вопросы 15. альтернативные вопросы 16. множественные вопросы
	28. Наиболее сложны для респондента ответы на: 4. закрытые вопросы 5. полужакрытые вопросы 6. открытые вопросы
	29. Большая вероятность возникновения гало-эффекта имеет место в случае, когда в анкете: 5. много подряд расположенных однотипных вопросов

6. имеются сенситивные вопросы
7. большое разнообразие типов вопросов и шкал
8. много открытых вопросов

30. Способность шкалы измерять вполне определенное свойство или признак, а не какой-либо другой носит название:

5. устойчивость
6. правильность, точность
7. обоснованность, валидность
8. репрезентативность

31. Повторяемость, неизменность выбора респондентами значения измеряемого признака носит название:

5. устойчивость
6. правильность, точность
7. обоснованность, валидность
8. репрезентативность

32. Близость результатов измерения к истинному значению измеряемой величины носит название:

1. устойчивость
2. правильность, точность
3. обоснованность, валидность
4. репрезентативность

33. Ключевым понятием статистического анализа, которое необходимо для формирования статистических группировок является понятие _____ (признак)

34. Эмпирически проинтерпретированное понятие, признак какого-либо состояния объекта или явления называется _____ (переменной)

35. Процедура, с помощью которой измеряемый объект сравнивается с некоторым эталоном и получает числовое выражение в определенном масштабе или шкале, называется: _____ (измерением)

36. Специфическая научная процедура установления связи между концептуальным аппаратом исследования и его методическим инструментарием называется: _____ (операционализацией)

37. Простая номинальная шкала устанавливает отношения _____ (равенства между явлениями, которые включены в один класс).

38. Укажите тип шкалы: «Сколько квадратных метров общей площади Вашей квартиры приходится на 1 члена семьи?» _____ (шкала отношений)

39. Приведите в соответствие:

Критерий надежности	Существо критерия
1. Обоснованность	А. Достаточная чувствительность шкалы как оптимальная дробность, дающая устойчивое измерение без систематических погрешностей;
2. Устойчивость	
3. Точность и правильность	Б. Уверенность в том, что фиксируется запланированное свойство, а не какое-либо иное;

	<table border="1" data-bbox="459 150 1511 300"> <tr> <td data-bbox="459 150 874 300"></td><td data-bbox="874 150 1511 300">В. Однозначность, повторяемость результатов измерения с минимальной ошибкой.</td></tr> </table> 1 – Б; 2 – В; 3 – А 40. Приведите в соответствие: <table border="1" data-bbox="459 376 1511 1451"> <tr> <th data-bbox="459 376 810 443">Критерий надежности</th><th data-bbox="810 376 1511 443">Способы проверки надежности шкалы по данному критерию</th></tr> <tr> <td data-bbox="459 443 810 1451"> 1. Обоснованность 2. Устойчивость 3. Точность и правильность </td><td data-bbox="810 443 1511 1451"> А. Логические рассуждения как строгая самокритика разработанной шкалы; Б. Использование независимого измерения иным способом; В. Повторное измерение с расчетом абсолютной ошибки измерения (мера полной устойчивости) или относительной ошибки (показатель относительной устойчивости шкалы); Г. Построение сводного показателя (индекса); Д. Судейство группой, представляющей микромодель выборочной совокупности планируемого исследования; Е. Испытание нескольких шкал разной дробности с расчетом абсолютной ошибки каждой из них и сравнения относительных ошибок; Ж. Устранение явных погрешностей (скошенности данных к одному полюсу, выпадания каких-то пунктов шкалы); З. Выявление работающей части шкалы; И. Использование нескольких лиц при измерении одного и того же свойства для проверки различимости индикаторов шкалы. </td></tr> </table> 1 – А, Б, Г, Д; 2 – В, И; 3 – Е, Ж, З.		В. Однозначность, повторяемость результатов измерения с минимальной ошибкой.	Критерий надежности	Способы проверки надежности шкалы по данному критерию	1. Обоснованность 2. Устойчивость 3. Точность и правильность	А. Логические рассуждения как строгая самокритика разработанной шкалы; Б. Использование независимого измерения иным способом; В. Повторное измерение с расчетом абсолютной ошибки измерения (мера полной устойчивости) или относительной ошибки (показатель относительной устойчивости шкалы); Г. Построение сводного показателя (индекса); Д. Судейство группой, представляющей микромодель выборочной совокупности планируемого исследования; Е. Испытание нескольких шкал разной дробности с расчетом абсолютной ошибки каждой из них и сравнения относительных ошибок; Ж. Устранение явных погрешностей (скошенности данных к одному полюсу, выпадания каких-то пунктов шкалы); З. Выявление работающей части шкалы; И. Использование нескольких лиц при измерении одного и того же свойства для проверки различимости индикаторов шкалы.
	В. Однозначность, повторяемость результатов измерения с минимальной ошибкой.						
Критерий надежности	Способы проверки надежности шкалы по данному критерию						
1. Обоснованность 2. Устойчивость 3. Точность и правильность	А. Логические рассуждения как строгая самокритика разработанной шкалы; Б. Использование независимого измерения иным способом; В. Повторное измерение с расчетом абсолютной ошибки измерения (мера полной устойчивости) или относительной ошибки (показатель относительной устойчивости шкалы); Г. Построение сводного показателя (индекса); Д. Судейство группой, представляющей микромодель выборочной совокупности планируемого исследования; Е. Испытание нескольких шкал разной дробности с расчетом абсолютной ошибки каждой из них и сравнения относительных ошибок; Ж. Устранение явных погрешностей (скошенности данных к одному полюсу, выпадания каких-то пунктов шкалы); З. Выявление работающей части шкалы; И. Использование нескольких лиц при измерении одного и того же свойства для проверки различимости индикаторов шкалы.						
Критерии оценки и шкала оценивания	<i>Итоговый тест к экзамену (ИтЭк) представляет собой короткие задания, которые выполняются в течение 60 минут.</i> <i>Критериями оценки выполнения итогового теста к зачету с оценкой, согласно достигнутого уровня, являются:</i> <i>Верный ответ на каждый вопрос теста оценивается в 1 балл; неверный ответ – 0 баллов.</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</i>						

	<i>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 зачету с оценкой за 5семестр – 40 баллов.
--	--