

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



Рабочая программа дисциплины

Современные методы социологических исследований

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	<i>Реклама и связи с общественностью, 42.03.01, Работа с социальными медиа</i>
Форма обучения	<i>Очно-заочная</i>
Общая трудоёмкость	<i>4 зач.ед.</i>
Часов по учебному плану	<i>144 час.</i>
в том числе:	
контактная работа	<i>35.95 час.</i>
самостоятельная работа	<i>108.05 час.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>Зачет с оценкой</i>	<i>7 семестр</i>

Томск-2021

Программу составила: Карнаухова Н.А., ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д.филол.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Современные методы социологических исследований» в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол № 6 от 30.06. 2021 г.)*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ.

Протокол № 1 от 03.09.2021г.

Цель освоения дисциплины «Современные методы социологических исследований» состоит в ознакомлении студентов со способами поиска информации, с основами критического анализа и синтез информации, с особенностями применения системного подхода для решения поставленных задач; в обучении студентов организовывать, разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в рамках решения поставленной задачи.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Современные методы социологических исследований» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата направления подготовки 42.01.03 Реклама и связи с общественностью (Б.О.07). Курс «Современные методы социологических исследований» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ОПОП как «Философия», «Искусство продаж», «Социология», «Основы маркетинга», «Статистический анализ в гуманитарных исследованиях», «Социология массовых коммуникаций», а также с подготовкой к защите выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи.	ОР- ИУК-1.1. Обучающийся сможет: <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов; • организовывать, разрабатывать и проводить социологические и маркетинговые исследования в рамках решения поставленной

		задачи, в том числе, с помощью современных социологических методов.
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.2. Демонстрирует умение применять социологические методы и методики с целью мониторинга общественного мнения или отношения к организации, бренду, товару.	ОР- ИОПК-2.2. Обучающийся сможет: <ul style="list-style-type: none"> • применять социологические методы и методики для мониторинга общественного мнения или для изучения отношения к организации, бренду, товару.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине/модулю

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единицы, 144 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
Общая трудоемкость	7	144
Контактная работа:	семестр	35.95
Лекции (Л):		20
Практические занятия (ПЗ)		15.95
Лабораторные работы (ЛР)		-
Семинарские занятия (СЗ)		-
Групповые консультации		-
Индивидуальные консультации		-
Промежуточная аттестация		0.25
Самостоятельная работа обучающегося:		108.05
- подготовка доклада и электронной презентации		+
- изучение учебного материала, кейсов, публикаций		+
-написание аналитической записки		+
Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой		+

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Код (ы) результата(ов) обучения
1.	Введение в социологические исследования: применение системного подхода для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов.	Лекции Практические занятия	7	<p>ОР- ИУК-1.4. Обучающийся сможет:</p> <p>осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов.</p>
1.1.	Социологические исследования в иерархии социологического знания: применение системного подхода для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов.	Лекции Практики		
1.2.	Постановка социологической проблемы, первичная и вторичная информация; ТЗ и договор в социологических исследованиях в рамках применения системного подхода для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов.	Лекции Практики		
1.3.	Форма СРС: подготовка доклада по теме: «Современные социологические исследования:	СРС		

	зарубежный и российский опыт; применение системного подхода для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов». Анализ кейс-стади по теме модуля.			
1.4.	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом	Практики		
2.	Разработка, организация и проведение социологических исследований для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов.	Лекции		<p>ОР- ИУК-1.4. Обучающийся сможет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов; • организовывать, разрабатывать и проводить социологические и маркетинговые исследования в рамках решения поставленной задачи, в том числе, с помощью современных социологических методов. <p>ОР- ИОПК-2.2. Обучающийся сможет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять социологические методы и методики для мониторинга общественного мнения или для изучения отношения к организации, бренду, товару.
		Практические занятия		
2.1.	Разработка программы социологического исследования с помощью современных социологических методов.	Лекции		
		Практики		
2.2.	Определение методов сбора вторичной и первичной информации, разработка инструментария сбора информации для каждого метода. Качественные и количественные методы сбора первичной информации.	Лекции		
		Практики		
2.3.	Систематизация, анализ и интерпретация полученной информации.	Лекции		
		Практики		

2.4.	Форма СРС: Разработка детальной программы социологического исследования, инструментария сбора информации для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов.	СРС	<p>ОР- ИУК-1.4. Обучающийся сможет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • организовывать, разрабатывать и проводить социологические и маркетинговые исследования в рамках решения поставленной задачи, в том числе, с помощью современных социологических методов.
2.5.	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом-презентацией с разработанной программой социологического исследования, профессиональная дискуссия.	Практики	
3.	Современные социологические методы: online панели в социологических исследованиях.	Лекции	
		Практические занятия	
3.1.	Понятие «online панель» как современный социологический метод, рекрутирование участников панелей, верификация личных данных и проверка достоверности информации.	Лекции	
		Практики	
3.2.	Новые подходы к исследовательскому инструментарию современных социологических методов: визуализация, интерактивность, игровые элементы.	Лекции	
		Практики	
	Форма СРС: Составление гайда или чек-листа для online - интервью респондентов.	СРС	
	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом	Практики	

4.	Подготовка и презентация результатов социологического исследования с использованием современных методов сбора, обработки и интерпретации полученной информации.	Лекции	ОР- ИУК-1.4. Обучающийся сможет:		
		Практики			
4.1.	Составление аналитического отчета по итогам проведенного социологического исследования с использованием современных социологических методов.	Лекции		<ul style="list-style-type: none"> осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов 	
		Практики			
4.2.	Аналитическая записка, рекомендации и создание электронной презентации по итогам проведенного социологического исследования с использованием современных социологических методов.	Лекции			<p>ОР- ИОПК-2.2. Обучающийся сможет:</p> <ul style="list-style-type: none"> применять социологические методы и методики для мониторинга общественного мнения или для изучения отношения к организации, бренду, товару.
		Практики			
	Форма СРС: Презентация и текстовый отчет по итогам проведенного эмпирического исследования с применением системного подхода для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов.	СРС			
	Текущий контроль успеваемости: доклад с презентацией	Практики			
5.	Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой	ОР- ИУК-1.4. Обучающийся сможет:		
			<ul style="list-style-type: none"> осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный 		

			<p>подход для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов;</p> <ul style="list-style-type: none">• организовывать, разрабатывать и проводить социологические и маркетинговые исследования в рамках решения поставленной задачи, в том числе, с помощью современных социологических методов. <p>ОР- ИОПК-2.2. Обучающийся сможет:</p> <ul style="list-style-type: none">• применять социологические методы и методики для мониторинга общественного мнения или для изучения отношения к организации, бренду, товару.
--	--	--	--

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Условием эффективного усвоения содержания дисциплины «Современные методы социологических исследований» и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с практическими занятиями, на которых формируется обозначенная выше профессиональная компетенция. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- Технологию – «анализ кейс-стади», представляющую собой применение системного подхода для решения поставленных задач с помощью современных социологических методов.
- Технологию «доклад с электронной презентацией», направленную на развитие компетенций обучающихся в области организации и проведения социологических исследований в рамках решения поставленных задач, с помощью современных социологических методов.
- Технологию «дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения (спора) и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки.
- Технологию «защита проекта с электронной презентацией», направленную на развитие проектных компетенций обучающихся, проявляющихся в умении осуществлять и представлять для обсуждения проектные разработки в виде программ социологического исследования с помощью современных социологических методов. Данная технология позволяет слушателям формировать умения организовывать и проводить социологические и маркетинговые исследования в рамках решения поставленной профессиональной задачи. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).
- Технологию деловой игры, имитирующей процесс принятия решений в рамках разработки и реализации программ социологического, маркетингового исследования с помощью современных социологических методов, осуществляемой по заданным преподавателем правилам в диалоговом режиме, при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Современные методы социологических исследований»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ Интернет-источников по темам программы дисциплины;
- изучение и анализ кейс-стади;
- подготовка выступлений на практических занятиях;
- участие в разработке исследовательского проекта;
- подготовка электронных презентаций.

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Современные методы социологических исследований».
- 2) Электронные тексты основных конспектов лекций.
- 3) Электронные презентации основного содержания дисциплины «Современные методы социологических исследований».

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *зачета с оценкой* - см в документе «Фонд оценочных средств для изучения учебной дисциплины «Современные методы социологических исследований».

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

А) Основная литература:

1. Азарова С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата : Учебник / Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 314- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/BDE8A6EE-718A-4D1C-8EE4-CBB9841C087B>
2. Бердюгина О. Г. Социология : учебник для СПО : Учебник / Отв. ред. Глазырин В. А. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 414- (Профессиональное образование) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/02563A13-C4CF-402F-AC09-1C32820B12FC>
3. Галицкий Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов : Учебник для вузов / Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 570- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/EE1D03E0-11C3-4726-AB58-622E556B1BF5>
4. Гидденс Э. Социология : Учебник / Энтони Гидденс; Науч. ред. В. Я. Ядов; Общ. ред. Л. С. Гурьевой, Л. Н. Иосилевича. - М. : Эдиториал УРСС, 1999. - 703, [1] с.: ил. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000069336/000069336.pdf>
5. Жильцова О. Н. Маркетинговые исследования : учебник для СПО : Учебник / Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 315- (Профессиональное образование) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/9BE30526-D68D-4B4B-B36F-6F5DBA6FD791>
6. Коротков А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров : Учебник для бакалавров / Коротков А. В. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 595- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/10367DB3-7706-4F70-86B1-4A200EB731B8>
7. Кравченко А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1 : учебник для академического бакалавриата : Учебник / Кравченко А.И. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 280- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/3E3F5B55-EB65-4E57-B9D0-379CF60341A9>
8. Кравченко А. И. Социология : учебник и практикум для академического бакалавриата : Учебник и практикум / Кравченко А.И. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 389- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/271CD108-E337-49B4-95F8-FF0BA69B7C6D>
9. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров : Учебник для бакалавров / Тюрин Д. В. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 342- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/5F86DB0B-5D6B-41F3-B214-86C1DD933D02>
10. Франц В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для академического бакалавриата : Учебное пособие / Франц В. А. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 133- (Университеты России) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/0CAA48DB-3738-456A-925B-0C7DF641998A>

б) дополнительная литература:

1. Бергер П. Л. Социальное конструирование реальности : трактат по социологии знания / Питер Бергер, Томас Лукман ; [пер. с нем. Е. Руткевич]. - Москва : Медиум, 1995. - 322, [1] с. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000011727/000011727.pdf>
2. Брушкова Л. А. Социология : учебник и практикум для прикладного бакалавриата : Учебник и практикум / Брушкова Л.А. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 362- (Бакалавр. Прикладной курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/0C83810F-60BE-465D-B8BB-27371020D39B>
3. Булатова С. Н. Социология массовой коммуникации : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Реклама и связи с общественностью", "Маркетинг", "Журналистика"] / С. Булатова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. филологии и журналистики. - Иркутск : Иркутский государственный университет, 2014. - 1 онлайн-ресурс (130 с.). URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553866/000553866.pdf>
4. Вебер М. Избранные произведения : Перевод с немецкого / Сост. , общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденоко. - М. : Прогресс, 1990. - 808 с.: 1 л. портр.- (Социологическая мысль Запада) . URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000030754/000030754.djvu>
5. Глебов В. В. Социология : учебник и практикум для СПО : Учебник и практикум / Глебов В.В. - Отв. ред., Гришин А.В. - Отв. ред., Мартыанова Г.В. - Отв. ред. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 307- (Профессиональное образование) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/035036A5-814B-4BAD-9A27-076EC778503E>
6. Гуревич П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов : Учебное пособие / Гуревич П.С. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 462- (Авторский учебник) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5E6A6F4>
7. Дюркгейм Э. Социология : Ее предмет, метод, предназначение / Пер. с фр. , сост. , послесл. и примеч. А. Б. Гофмана. - М. : Канон, 1995. - 349 с.- (История социологии в памятниках) . URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000017913/000017913.pdf>
8. Зерчанинова Т. Е. Социология: методы прикладных исследований : учебное пособие для СПО : Учебное пособие / Зерчанинова Т.Е. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 207- (Профессиональное образование) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/05FB2400-F092-4FD9-AD5D-55C9F2FABEBD>
9. Касьянов В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата : Учебник / Касьянов В. В. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 221- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/016BF0CA-F3F7-45B5-B44A-977CC167FDC4>
10. Клементьев Д. С. Социология личности : учебник для академического бакалавриата : Учебник / Клементьев Д. С., Маслова А. Г. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 103- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/569EC944-62C2-4895-ACEE-64DB694E33A6>
11. Леньков Р. В. Социология молодежи : учебник для академического бакалавриата : Учебник / Леньков Р.В. - отв. ред. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 416- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/1A2A48B4-2B0D-4054-B98A-8954A202DAE6>
12. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены : альманах-2015 : [сборник статей] / Всероссийский центр изучения общественного мнения (ОАО "ВЦИОМ") ; [гл. ред. В. В. Федоров]. - Москва : ОАО "ВЦИОМ", 2015. - 327 с.: табл., рис. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000520867/000520867.pdf>

13. Наумова Е. В. Исследование социологического аспекта рекламы. Постановка проблемы / Е. В. Наумова // На пути к новой рациональности : Методология науки : сборник статей по материалам 4-й сессии постоянно действующего всероссийского семинара "Методология науки", 16-17 мая 2000 г. Вып. 4. Томск, 2000. С. Вып. 4: Методология дополнителъности: синтез рациональных и внерациональных методов и приемов исследования. С. 179-180. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000510920>
14. Полушкина Т. М. Социология управления : учебник и практикум для академического бакалавриата : Учебник и практикум / Коваленко Е.Г., Якимова О.Ю., Полушкина Т.М. - под ред. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 258- (Бакалавр. Академический курс) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/0CE9E349-C702-43D7-AA05-5A910E772AEE>
15. Рохмистров М. С. Социология предпринимательства : учебное пособие для академического бакалавриата : Учебное пособие / Рохмистров М.С., Рохмистров С.Н. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 245- (Университеты России) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/6F8DEEA4-CDC0-4CB7-857A-EF0D117E390C>
16. Соломатина Е. Н. Социология конфликта : учебное пособие для академического бакалавриата : Учебное пособие / Соломатина Е. Н. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 192- (Бакалавр. Академический курс. Модуль.) . URL: <http://www.biblio-online.ru/book/55477D36-EFCD-49E4-B13E-6D5A40F7877A>
17. Социология вещей : сборник статей / под ред. В. Вахштайна. - М. : Территория будущего, 2006. - 390, [1] с.- (Университетская библиотека Александра Погорельского. Серия "Социология. Политология") . URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2017/000243459/000243459.pdf>
18. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций : учебное пособие / Алла Черных ; Гос. ун-т Высш. шк. экономики. - Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. - 451 с.: ил. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000388672/000388672.pdf>
19. Чугунов А. В. Социология Интернета: методика и практика исследований интернет-аудитории : учебное пособие : [для преподавателей, аспирантов и студентов по специальности "Прикладная информатика в искусстве и гуманитарных науках"] / А. В. Чугунов ; Санкт-Петербур. гос. ун-т, Фак. филологии и искусств, Каф. информационных систем в иск-ве и гуманитарных науках. - Санкт-Петербург : Факультет филологии и искусств СПбГУ, 2007. - 1 онлайн-ресурс (130 с.): ил. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000553868/000553868.pdf>
20. Ядов В. А. Методология и процедуры социологических исследований / В. А. Ядов. - Тарту, 1968. - 280 с. URL: <http://sun.tsu.ru/limit/2016/000112156/000112156.djvu>

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
2. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
3. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>
4. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
5. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>

6. Информационно-справочные материалы компании «Михайлов и партнеры. Стратегические коммуникации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mikh-partn.ru>
7. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
8. Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
10. Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home/>
11. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
12. Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
13. Энциклопедия маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>
14. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>
15. Survio интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.survio.com/ru/>
16. Testograf, интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.testograf.ru/ru/>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Statistica 6
4. IBM SPSS Statistica 23
5. Mozilla Firefox
6. Opera
7. Google Chrome
8. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерный класс общего пользования с подключением к Интернет, оснащенный 15 компьютерами (для работы одной академической группы одновременно), с подключенным к ним периферийным устройствам и оборудованием.

2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Современные методы социологических исследований» предполагает осмысленную работу на лекционных и практических занятиях, а также предварительное изучение других курсов базовой части программы обучения.

Особенностью данного курса является применение на практике знаний, полученных на лекциях. Практические занятия осуществляются в разной форме: деловая игра, анализ кейс-стади, разработка программы социологического исследования и проведение эмпирического исследования.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

Карнаухова Н.А. ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания: русский