

Описание ОПОП по направлению подготовки

39.04.01 Социология

Аннотация к рабочим программам дисциплин

Направление подготовки
39.04.01 Социология
направленность (профиль)
«Экономическая социология»

Уровень образования:
Высшее образование – магистратура

Нормативный срок освоения ОПОП по очной форме обучения: 2 года

Форма обучения: очная

Срок действия государственной аккредитации образовательной программы:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 39.04.01 Социология (магистратура), утвержден приказом министерства образования и науки Российской Федерации от 30.03.2015 г., № 326.

Описание основной образовательной программы:

Основная образовательная программа магистратуры по направлению 39.04.01 Социология, представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования.

Цели основной образовательной программы:

- развитие у обучающихся универсальных общекультурных компетенций (толерантности в восприятии окружающей среды);
- развитие у обучающихся общепрофессиональных компетенций, способствующих успешной деятельности в профессиональной сфере;
- развитие у обучающихся личностных качеств, необходимых профессиональному социологу или маркетологу.

ОПОП составлена с учетом запросов населения региона в получении профессионального образования, в формировании общекультурных и профессиональных компетенций.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает: экономику, науку, культуру, политику, образование.

Объектами профессиональной деятельности являются: социальные процессы и структуры на макро- и микроуровнях, социальные общности и социальные отношения внутри этих общностей и между ними, их отражение в общественном сознании, а также результаты и способы воздействия на социальные общности и социальные отношения.

Виды профессиональной деятельности: научно-исследовательская; педагогическая.

**Аннотация рабочих программ дисциплин
ОПОП подготовки магистра направления 39.04.01 Социология**

Индекс	Дисциплина	Аннотация дисциплины	ТрудоемкостьЗачетные единицы/часы	Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины
Б1.Б.	Базовая часть			
Б1.Б.01	Философия и методология социальных наук	Общетеоретические подходы к анализу науки. Специфика объекта и предмета социально-гуманитарного познания. Субъект социально-гуманитарного познания. Природа ценностей и их роль в социально-гуманитарном познании. Жизнь как категория наук об обществе и культуре. Время, пространство, хронотоп. Проблема истинности и рациональности. Вера, сомнение, знание. Основные исследовательские программы социально-гуманитарных наук. «Общество знания». Дисциплинарная структура и роль социально-гуманитарных наук в процессе социальных трансформаций.	3	ОК-1, ОПК-2, ПК-1
Б1. Б.02	Иностранный язык: профессиональная терминология и основы перевода научных текстов	Этикет делового общения. Официально-деловая письменная речь. Оформление документов в деловом общении. Особенности выступления на конференциях (написание доклада, информирование, пояснение, уточнение, инструкция, иллюстрирование). Особенности перевода научных статей и профессиональных текстов. Эмфатические конструкции. Ведение различных видов монологического высказывания (информирование, пояснение, уточнение, инструкция, иллюстрирование, доклад). Особенности проведения презентаций. Инфинитив. Формы инфинитива и их значения.	3	ОПК-1, ОПК-4
Б1.Б.03	Современные методы социологических исследований	Научные исследовательские программы как теоретическая основа концепции. Познавательные возможности социологических подходов. Актуальные научные подходы в социологических исследованиях. Структура социальной теории: теоретические и концептуальные конструкции. Стратегии, техники, процедуры гибридного	4	ОПК-4, ПК-2, ПК-3

		междисциплинарного исследования. Методологические проблемы и исследовательские возможности качественной социологии. Базовые понятия методологии. Массовые опросы. История развития массовых опросов. Сенситивные вопросы. Эффект интервьюера. Ответы респондентов на вопросы исследователя: когнитивная нагрузка и когнитивные процессы. Инструментарий. Тестирование инструментария.		
Б1.Б.04	Методика преподавания социологии в высшей школе	Общие вопросы методики преподавания в высшей школе. Лекция. Функции лекции. Структура лекции. Семинар, его формы, виды и функции. Методика проведения семинара. основные виды контроля знаний. Активные нетрадиционные формы формирования мотивации студентов.	3	ОК-3, ОПК-1 ПК-13
Б1.Б.05	Современные социологические теории	Особенности и структура современной социологической теории. Структурализм и постструктурализм. Постструктурализм М.Фуко. Постмодернистская социальная теория. Теория систем. Теории интегрального синтеза. Драматургическая модель» и концепция «порядка взаимодействия» И.Гоффмана. «Конфликтная социология» Р. Коллинза. Теории информационного общества. Теории глобализации. Приемы и методы преподавания социологических теорий.	4	ПК-1, ПК-13
Б1.Б.06	Научно-исследовательский семинар	Специфика и законы социологического познания. Структура и этапы научного исследования. Преобразование социологической информации в исследованиях. Информационное оснащение эмпирических исследований. Навыки информационного сопровождения социологического исследования. Концептуальные схемы социологического исследования. Конкретизация концептуальной темы в содержании исследовательской работы. Отражение в докладах и статьях авторской концепции и новизны. Правила оппонирования и защиты научных положений. Оформление магистерской диссертации в соответствии с нормативными требованиями Министерства образования и науки РФ, методическими указаниями вуза, выпускающей кафедры. Презентация научно-исследовательской работы по правилам презентации и оппонирования. Педагогическая деятельность: подготовка учебных занятий, организация научно-исследовательской работы.	4	ОК-2, ОПК-3 ПК03, ПК-4, ПК-13

Б1. В	Вариативная часть				ле
Б1. В.01	Экономическая социология	Предметная область и границы экономической социологии. Методы и направления исследований в экономической социологии. Основные этапы развития экономической социологии за рубежом и в России: теории и персоналии. Экономическое поведение, сознание и культура. Социологический подход к изучению хозяйственной жизни общества. Предпринимательство как экономическая функция и исторический феномен. Предприниматели как совокупность социальных групп. Общие понятия рынка и конкуренции. Структуры и институты рынка. Институциональная динамика рынков. Подстройка институтов: деформализация и формализация правил. Выращивание институтов рынка и институциональные компромиссы.	8	ОПК-2, ПК-2	
Б1. В.02	Маркетинг	Глобальные тренды новой экономики и изменения в маркетинге. Клиентоориентированность как основа устойчивого развития компании. Создание ценности для потребителей как основа обеспечения финансовой эффективности маркетинговых стратегий. Управление брендом и портфелем брендов. Интернет-маркетинг. Корпоративный маркетинг.	5	ПК-2, ПК-3	
Б1.В.03	Социология управления	Объект и предмет социологии управления, ее место в системе научных знаний. История развития социологии управления. Социальные отношения – в процессе управления. Властные отношения в организации. Феномен бюрократии. Социальные позиции и роли личности в управлении. Поведение человека в организации, роли сотрудников. Мотивация и контроль в управлении организацией. Организационная культура управления.	4	ПК-1, ПК-2	
Б1.В.04	Работа с социологической информацией	Алгоритмы составления списков литературы: источники, способы отбора изданий. Общие принципы отбора научных материалов по теме исследования и работы с отобранными источниками. Использование сети интернет при составлении библиографий. Классификации электронных ресурсов. Обзор ключевых баз данных зарубежной периодики: JSTOR, ScienceDirect, EBSCO, ProQuest. База данных зарубежных книг ebrary.com. Сводный каталог электронных изданий A-to-Z. Российские базы данных: Научная электронная библиотека, Университетская	4	ОПК-2, ОПК-3, ПК-4	

		библиотека. Основные понятия: цитирование, показатели цитируемости, «индекс цитирования». Импакт-фактор. Индекс Хирша. Основные принципы работы в «цитатных» базах данных. Специфика разработки и оформления исследовательских документов (рабочих программ, крупных заявочных документов на соискание грантов). Специфика разработки и оформления технических заданий для исследовательской группы, аналитических записок.		
Б1. В.ДВ.	Дисциплины по выбору			
Б1.В.ДВ.01.01	Модели и методы анализа социологической информации	Базовый анализ данных: шкалы социологических данных; частотные распределения, расчет статистических характеристик показателей. Базовый анализ данных: общие принципы проверки статистических гипотез; гипотезы, проверяемые на основе частотного распределения ответов. Базовый анализ данных: кросс-табуляция социологических данных; проверка соответствующих гипотез. Углубленный анализ данных: конджойнт (совместный) анализ. Углубленный анализ данных: факторный анализ (метрический метод главных компонент). Углубленный анализ данных: оптимальное шкалирование (категориальный метод главных компонент). Углубленный анализ данных: метод Classification Tree из программного пакета SPSS .	4	ПК-2
Б1.В.ДВ.01.02	Модели и методы анализа маркетинговой информации	Базовый анализ данных: шкалы маркетинговых данных; частотные распределения, расчет статистических характеристик показателей. Базовый анализ данных: общие принципы проверки статистических гипотез; гипотезы, проверяемые на основе частотного распределения ответов. Базовый анализ данных: кросс-табуляция маркетинговых данных; проверка соответствующих гипотез. Углубленный анализ данных: конджойнт (совместный) анализ. Углубленный анализ данных: факторный анализ (метрический метод главных компонент). Углубленный анализ данных: оптимальное шкалирование (категориальный метод главных компонент). Углубленный анализ данных: метод Classification Tree из программного пакета SPSS	4	ПК-2
Б1.В.ДВ.02.01	Социология и экономика региона	Объект и предмет социологии региона. Парадигмы и концепции в исследованиях региона в рамках различных научных дисциплин. Регион как объект междисциплинарных исследований. Основные	4	ПК-1, ПК-3

		элементы региональной системы. Модель региона России: социологические аспекты построения. Социально-экономическое развитие региона. Население и административно-территориальное устройство региона. Особенности политического процесса в регионе. Социокультурный портрет региона. Город и село как социокультурное явление и территориальный субъект. Конкурентоспособность регионов. Регион как объект хозяйствования и управления. Стратегия экономического развития города и региона.		
Б1 В.ДВ.02.02	Социально-территориальные особенности регионального развития	Регион и региональное развитие как объекты изучения. Региональные различия на территории Российской Федерации. Неравенство регионов по социально-экономическим условиям проживания. Особенности демографического развития российских регионов Измерение численности населения. Территориальные особенности состава населения в России Понятие состава и структуры населения. Управление развитием регионов Основные принципы региональной политики: отечественный и зарубежный опыт.	4	ПК-1, ПК-3
Б1.В.ДВ.03.01	Управленческий консалтинг	Становление управленческого консультирования. Консультирование организаций. Методическое обеспечение и результаты консультирования. Специфические инструменты консалтинговых услуг. Консультант – клиентские отношения. Методы организационной самодиагностики. Методы групповой работы. Методы тестирования, тренинга и проведения имитационных игр. Методы активизации творческого мышления. . Консультирование по разработке стратегии.	4	ПК-2, ПК-3
Б1.В.ДВ.03.02	Промышленный маркетинг (B2B)	Промышленный маркетинг – особый подход к решению маркетинговых задач. Маркетинговые исследования промышленных рынков. Процесс покупки в промышленной среде. Мотивация промышленного покупателя. Сегментирование промышленных рынков. Типология продукции производственно-технического назначения, особенности маркетинга. Товарная политика на промышленном рынке. Ценообразование на промышленных рынках. Организация системы сбыта на промышленных рынках. Маркетинговые коммуникации в промышленной среде.	4	ПК-2, ПК-3
Б1.В.ДВ.04.01	Онлайн методы в социологии	Введение в онлайн-исследования. Типология методов онлайн-исследований. Традиционные методы исследований в онлайн-среде: характерные особенности применения. Реактивные методы онлайн-исследований.	3	ПК-3, ПК-4

		Онлайн-опросы, онлайн-эксперименты, онлайн-интервью, онлайн-фокус группы. Нереактивные методы онлайн-исследований. Контент-анализ. Анализ социальных сетей. Проблемы анализа «больших данных». Нереактивные методы онлайн-исследований. Контент-анализ. Анализ социальных сетей. Проблемы анализа «больших данных».		
Б1.В.ДВ.04.02	Маркетинговые коммуникации в интернете	Развитие Интернета и мобильной связи в России и мире: основные показатели и методики исследования, динамика роста и прогнозы. Типы целей компании в интернет. Целевая аудитория. Медиапланирование и размещение рекламы в сети, сопутствующие мероприятия. Медийная реклама, контекстная реклама, оптимизация в поисковых сетях. Анализ эффективности маркетинга в интернете. Инструменты анализа эффективности.	3	ПК-3, ПК-4
Б1.В.ДВ.05.01	Управление маркетинговым и проектами	Разработка плана маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование как проект. Инициация проекта. Организация управления проектом маркетинговых исследований. Реализация плана маркетинговых исследований. Подготовка отчета о результатах маркетинговых исследований и его презентация.	3	ПК-3, ПК-4
Б1.В.ДВ.05.02	Управление социальными рисками	Эволюция представлений о риске и безопасности. Социологические концепции риска и безопасности. Типологии и уровни опасностей и рисков. Концепция культуры безопасности. Социологические методы исследования безопасности.	3	ПК-3, ПК-4
ФТД	Факультативы			
ФТД.В.01	Отраслевой маркетинг	Современная концепция маркетинга: сущность, основные понятия, функции, рыночное развитие. Маркетинг и общество: социальная ответственность и этика маркетинга. Современная концепция маркетинга: сущность, основные понятия, функции, рыночное развитие. Анализ микро- и макросреды предприятия. Современные маркетинговые стратегии и выбор стратегии маркетинга. Новые товары в рыночной стратегии и эффективность товарной политики фирмы. Коммуникационная политика предприятия. Роль рекламы в стратегии маркетинга. Маркетинговый контроль. Особенности маркетинга в различных сферах деятельности.	1	ОПК-4
ФТД.В.02	Общая социология	Структура общей социологии. Характеристика макросоциологии. Общество как социальная система. Социальные изменения. Социальная структура общества. Социальные институты. Социальные общности. Характеристика	2	ОПК-2

		микросоциологии. Структура личности. Процесс социализации. Механизм социального действия. Теории социального взаимодействия. Характеристика малых групп. Девиантное поведение. Социальные конфликты.		
--	--	---	--	--