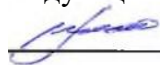


ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры социологии и  
работы с молодежью  
протокол № 4 от «22» января 2021 г.  
Заведующий кафедрой



/Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета  
философии и социологии



/Хабибуллина З.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

дисциплина

**СИСТЕМНЫЙ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ В МАРКЕТИНГЕ**

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

**программа магистратуры**

Направление подготовки (специальность)


**39.04.01 Социология**

Направленность (профиль) подготовки

**Социальное проектирование в сферах коммуникаций и маркетинга**

Квалификация

Магистр

Разработчик (составитель) профессор, д. социол. наук (должность, ученая степень, ученое звание)	 / Шайхисламов Р.Б. (подпись, Фамилия И.О.)
---	---

Для приема: 2021 г.

Уфа 2021 г.

Составитель: Шайхисламов Рафаэль Бадретдинович, д.с.н., профессор кафедры социологии и работы с молодежью

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и работы с молодежью протокол от «22» января 2021 г. № 4

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

Рабочая программа дисциплины обновлена на заседании кафедры социологии и работы с молодежью на основании изменений в ОП, внесенных в соответствии с приказом Башкирского государственного университета № 770 от 09.06.2021 г. «О внесении изменений в образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета и программы магистратуры», протокол от «02» июля 2021 г. № 10

Заведующий кафедрой



/ Шайхисламов Р.Б.

### Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине	8
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	14
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы	15
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	15
Приложение 1	17
Приложение 2	20

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**  
(с ориентацией на карты компетенций)

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<b>Категория (группа) компетенций<sup>1</sup></b> (при наличии ОПК)	<b>Формируемая компетенция (с указанием кода)</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине</b>
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, разработки стратегий действий, специфику системного подхода для решения проблемной ситуации	Знать: - сущность, свойства, классификации систем; - принципы системного и ситуационного анализа  Уметь: применять принципы системного и ситуационного анализа
	ПК-2. Способен разработать и реализовать социальные проекты в различных сферах жизни общества, в том числе в области социальных коммуникаций	ПК-2.1. Осуществляет анализ состояния и тенденций социальных процессов на макро-, мезо- и микро-уровнях	Владеть: навыками планирования и осуществления проектных работ в маркетинге на основе принципов системного и ситуационного анализа

<sup>1</sup> Указывается только для УК и ОПК (при наличии).

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «**Системный и ситуационный анализ в маркетинге**» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 1 году обучения во 2 семестре (*очная* форма обучения), на 2 году обучения в 3 семестре (*заочная* форма обучения).

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов представления о специфике маркетинговых исследований, о системном и ситуационном анализе.

## **3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

Содержание рабочей программы представлено в Приложениях № 1, 2.

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и формулировка компетенции:

**УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, разработки стратегий действий, специфику системного подхода для решения проблемной ситуации	Знать: - сущность, свойства, классификации систем;  - принципы системного и ситуационного анализа	Не знает сущность, свойства, классификации систем  Не знает принципы системного и ситуационного анализа	Знания не систематизированы  Знания не систематизированы	Знает сущность, свойства, классификации систем, допускает неточности  Знает принципы системного и ситуационного анализа, допускает неточности	Знает сущность, свойства, классификации систем  Знает принципы системного и ситуационного анализа
	Уметь: применять принципы системного и ситуационного анализа	Не умеет	Умения не систематизированы	Умеет применять принципы системного и ситуационного анализа, допускает неточности	Умеет применять принципы системного и ситуационного анализа

Код и формулировка компетенции:

**ПК-2. Способен разработать и реализовать социальные проекты в различных сферах жизни общества, в том числе в области социальных коммуникаций**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ПК-2.1. Осуществляет анализ состояния и тенденций социальных процессов на макро-, мезо- и микро- уровнях	Владеть: навыками планирования и осуществления проектных работ в маркетинге на основе принципов системного и ситуационного анализа	Не владеет	Владеет отдельными навыками	Владеет навыками планирования и осуществления проектных работ в маркетинге на основе принципов системного и ситуационного анализа, допускает неточности	Владеет навыками планирования и осуществления проектных работ в маркетинге на основе принципов системного и ситуационного анализа

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
УК-1.1. Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, разработки стратегий действий, специфику системного подхода для решения проблемной ситуации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, свойства, классификации систем;</li> <li>- принципы системного и ситуационного анализа</li> </ul> <p>Уметь: применять принципы системного и ситуационного анализа</p>	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
ПК-2.1. Осуществляет анализ состояния и тенденций социальных процессов на макро-, мезо- и микро- уровнях	Владеть: навыками планирования и осуществления проектных работ в маркетинге на основе принципов системного и ситуационного анализа	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания по очной и заочной форме обучения являются оценки, которые выставляются преподавателем за ответы студентов на семинарских и практических занятиях, за выполнение практических заданий. Наличие положительно оцененных ответов на семинарских и практических занятиях учитывается при выставлении экзаменационной оценки.

Шкала оценивания для ответов на занятиях и экзамене:

- «не удовлетворительно»;
- «удовлетворительно»;
- «хорошо»;
- «отлично».

К сдаче экзамена допускаются магистранты, выполнившие предложенные обязательные задания.



## Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета: билет состоит из двух вопросов, которые в совокупности охватывают содержание дисциплины.

### *Типовые вопросы для экзамена*

1. Понятие, компоненты и структура системы.
2. Подходы в анализе проблем функционирования систем.
3. Становление теории систем.
4. Признаки классификации систем.
5. Уровни специализации и продолжительности функционирования систем.
6. Социальные системы: общая характеристика.
7. Первичность целого – основной постулат теории систем.
8. Неаддитивность и сложность структуры системы.
9. Степень взаимосвязи уровней иерархии системы.
10. Целенаправленность системы.
11. Приоритеты интересов системы более высокого уровня.
12. Эмерджентность и мультипликативность системы.
13. Взаимозависимость системы и внешней среды.
14. Интенсивность обмена информацией и/или ресурсами с внешней средой.
15. Степень совместимости системы с другими системами внешней среды.
16. Непрерывность функционирования и развития системы.
17. Альтернативность путей функционирования и развития системы.
18. Синергичность, инерционность и адаптивность системы.
19. Основные направления системных исследований: структурализм, структурно-функциональный анализ, системный подход.
20. Понятие и принципы системного подхода.
21. Принципы системного анализа.
22. Методы системного анализа: общая характеристика.
23. Моделирование в анализе систем.
24. SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.
25. Элементы внешней среды: возможности и угрозы.
26. СТЕР – анализ.
27. Виды ситуационного анализа рынка.
28. Анализ жизненного цикла продукта.
29. Анализ уровня рекламного шума, клаттера.
30. Конкурентный анализ.
31. Анализ персонала.
32. Принципы проведения ситуационного анализа внешней среды.
33. Маркетинговая разведка.
34. Чек-лист для оценки потенциала организации: SWOT- и SMART- анализ.

### ***Пример экзаменационного билета***

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Башкирский государственный университет»

---

Факультет философии и социологии  
Кафедра социологии и работы с молодежью

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

по дисциплине **Системный и ситуационный анализ в маркетинге**

Направление **Социология**

Профиль **Социальное проектирование в сферах коммуникаций и маркетинга**

1. Понятие, компоненты и структура системы.
2. Виды ситуационного анализа рынка.

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене:

#### **Критерии оценки:**

Оценка за экзамен выставляется с учетом уровня знаний, показанных студентом при ответе во время экзамена, а также исходя из критериев качества выполненной работы в ходе лекционных и практических занятий.

Оценка **«отлично»** ставится за самостоятельный, обстоятельный, развернутый ответ по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; умение аргументировать свой ответ в ходе беседы с преподавателем.

Оценка **«хорошо»** ставится, если ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета при освещении основного содержания вопросов; при ответе недостаточно полно развернута аргументация.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопросов; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии; при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию применительно к решению прикладных задач.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если не раскрыто основное содержание экзаменационных вопросов; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов.

### ***Типовые вопросы для семинарских занятий***

#### **Тема 1. Общая теория систем**

1. Понятие. Компоненты и структура системы.
2. Подходы в анализе проблем функционирования систем.
3. Становление теории систем.

#### **Тема 2. Классификация систем**

1. Признаки классификации систем.
2. Уровни специализации и продолжительности функционирования систем.
3. Социальные системы: общая характеристика.

### **Тема 3. Свойства системы**

1. Первичность целого – основной постулат теории систем.
2. Неаддитивность и сложность структуры системы.
3. Степень взаимосвязи уровней иерархии системы.
4. Целенаправленность системы.
5. Приоритеты интересов системы более высокого уровня.
6. Эмерджентность и мультипликативность системы.

### **Тема 4. Связь системы с внешней средой**

1. Взаимозависимость системы и внешней среды.
2. Интенсивность обмена информацией и/или ресурсами с внешней средой.
3. Степень совместимости системы с другими системами внешней среды.

### **Тема 5. Параметры функционирования и развития системы**

1. Непрерывность функционирования и развития системы.
2. Альтернативность путей функционирования и развития системы.
3. Синергичность, инерционность и адаптивность системы.

### **Тема 6. Системный подход и системный анализ**

1. Основные направления системных исследований: структурализм, структурно-функциональный анализ, системный подход.
2. Понятие и принципы системного подхода.
3. Принципы системного анализа.

### **Тема 7. Методология системного анализа**

1. Методы системного анализа: общая характеристика.
2. Моделирование в анализе систем.

### **Тема 8. Ситуационный анализ в маркетинге: понимание и сущность**

1. SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.
2. Элементы внешней среды: возможности и угрозы.
3. STEP – анализ.
4. Виды ситуационного анализа рынка.
5. Анализ жизненного цикла продукта.
6. Анализ уровня рекламного шума, клаттера.
7. Конкурентный анализ.
8. Анализ персонала.
9. Принципы проведения ситуационного анализа внешней среды.
10. Маркетинговая разведка.
11. Чек-лист для оценки потенциала организации: SWOT- и SMART- анализ.

В ходе семинарских занятий одним из основных видов работы является устное обсуждение предложенных к рассмотрению вопросов, организация дискуссий и устных опросов, как индивидуальных, так и групповых.

При **устном индивидуальном** опросе устанавливается непосредственный контакт между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала. Устный опрос требует от преподавателя предварительной подготовки: отбора содержания, продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности студента в процессе проверки, создания на занятии деловой и продуктивной обстановки.

**Устный групповой опрос** проводится после изучения теоретического материала с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного материала. Это метод контроля, позволяющий оценить знания как одного студента, так и группы. Содержание вопросов должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать сущность явлений, доказывать, подбирать примеры, делать выводы, демонстрируя междисциплинарные связи. Вопрос задается всей группе, затем необходима небольшая пауза для того, чтобы все студенты приготовились к ответу, а вызывают для ответа конкретного студента. Чтобы группа слушала ответ своего товарища, студентам предлагается оценить полноту и глубину ответа в виде рецензирования, задать вопросы отвечающему, либо внести дополнения. Оценить можно не только отвечающего студента, но и тех, кто участвовал в обсуждении. Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает как положительные стороны, так и указывает на недостатки ответа, делает вывод о том, как изложен учебный материал. На усмотрение преподавателя можно провести индивидуальный опрос студента по изученным темам модуля.

### **Критерии оценки за устные ответы в ходе семинарских занятий**

- **«отлично»** - выставляется студенту, если его ответ полный, развернутый, освещены все аспекты вопроса, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент свободно владеет материалом, не привязан к тексту выступления, отвечает на дополнительные вопросы;

- **«хорошо»** - выставляется студенту, если его ответ относительно полный, развернутый, освещены все главные вопросы, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент относительно свободно владеет материалом, может отвечать на дополнительные вопросы;

- **«удовлетворительно»** - выставляется студенту, если его ответ не полный, освещены не все аспекты вопроса, по которому студент выступает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД, студент не владеет свободно материалом, привязан к тексту выступления; отвечает не на все дополнительные вопросы или делает ошибки в ответах на них;

- **«неудовлетворительно»** - выставляется студенту, если его ответ не раскрывает вопрос, по которому он выступает, студент не ориентируется в понятиях, не использована рекомендованная литература; не отвечает на дополнительные вопросы. Два балла выставляется также, если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

**Практические работы** являются неотъемлемым элементом образовательной подготовки по дисциплине «Системный и ситуационный анализ в маркетинге». Ключевая цель этих заданий – формирование компетенций – способности и готовности студента применять полученные теоретические знания, практические умения и навыки в стандартных и изменяющихся ситуациях профессиональной деятельности.

Оформление задания: работа должна быть оформлена в соответствии с требованиями ГОСТ, иметь библиографическое описание использованной литературы. Необходимо использовать не только учебную, но и научную литературу, имеющуюся в ЭБС БашГУ. В работе должен содержаться анализ социологических данных по данной проблематике (ФОМ, ВЦИОМ, Ромир-Мониторинг, других аналитических и консалтинговых центров). Работа должна содержать собственные выводы и предложения. Работа должна представлять собой самостоятельно разработанный PR и/или рекламный проект по выбору студента. Желательно, чтобы проект был составлен на примере организации, в которой в настоящее время (или в недалеком прошлом, если не работает в настоящее время) студент работает. Также поощряется выполнение работы в рамках темы выпускной квалификационной работы

студента. Работа должна, помимо введения и заключения, включать в себя аналитическую часть и разработку проекта по требованиям SMART-анализа.

### ***Примерные темы практических работ***

1. Социально-экономические системы: уровни и структура
2. Город как социально-экономическая система
3. Социальная инфраструктура как социально-экономическая система
4. Системный подход к классификации организаций
5. Системный подход к определению миссии и стратегии развития организаций
6. Системный анализ окружающей среды организации
7. Имидж организации как система
8. Системный анализ управления социально-экономическим развитием города
9. Системный подход к формированию социальной инфраструктуры города
10. Системный анализ социальной инфраструктуры города
11. Городское хозяйство как объект системного анализа
12. Модели взаимодействия городских подсистем
13. Моделирование социально-экономических процессов в городе
14. Торговля в городе Уфе: системный подход
15. Системный подход к исследованию бытового обслуживания в г. Уфе
16. Системный анализ социального обслуживания г. Уфы
17. Системный анализ инфраструктуры уфимского транспорта
18. Моделирование как метод исследования социально-экономических систем
19. Системный анализ в организации производства
20. Системный анализ управленческих функций
21. Системный анализ в прогнозировании социально-экономических процессов
22. Методика и методы системного анализа

### **Критерии оценки:**

- **«отлично»** - выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, понятия; в задании отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности;

- **«хорошо»** - выставляется студенту, если при выполнении задания допущены неточности при освещении основного содержания, неточно используется специализированная терминология, понятия. Вместе с тем студент демонстрирует хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач;

- **«удовлетворительно»** - выставляется студенту, если нет общего (целостного) понимания вопроса, имеются затруднения или слабо используется терминология; студент не владеет свободно материалом;

- **«неудовлетворительно»** - выставляется студенту, если не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках учебного материала. Оценка «неудовлетворительно» также выставляется студенту, если нет понимания задания, содержание работы не соответствует заданию. Выставляется также, если студент не выполнил задание.

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература:

1. Наумова, Л.М. Проектирование политических исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.М. Наумова. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. — 248 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/76552>.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 488 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93416>.
3. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебник / Л.Н. Федотова. — Электрон. дан. — Москва: МГУ имени М.В.Ломоносова, 2014. — 456 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/99333>.
4. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97267>.
5. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68864>.
6. Власова, М.Л. Социологические методы в политических исследованиях [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Л. Власова. — Электрон. дан. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2006. — 710 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/100210>.
7. Шарков, Ф.И. Коммуникология: теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: учебник / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/103723>.

#### Дополнительная литература:

1. Катунина, Н.В. Управление маркетинговыми коммуникациями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Н.В. Катунина. — Электрон. дан. — Омск: ОмГУ, 2016. — 98 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/89985>.
2. Коновалова, О.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.В. Коновалова. — Электрон. дан. — Кемерово: КемГУ, 2013. — 102 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/45627>.
3. Анпилогова, Л.В. Теория коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.В. Анпилогова, Ю.В. Кудашова. — Электрон. дан. — Оренбург: ОГУ, 2016. — 205 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/98141>.
4. Бареев, В.А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Бареев. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2005. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63736>.
5. Белоцерковская, Н.В. ПРОПИАР [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Белоцерковская, А.К. Кайдашова. — Электрон. дан. — Москва: ФЛИНТА, 2018. — 183 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/110550>.
6. Годин, А.М. Брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.М. Годин. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2016. — 184 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93371>.

7. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации возникновение "Четвертой волны" [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 260 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93407>.
8. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2016. — 408 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93302>.

## **5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Журнал «Социологические исследования» <http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm>
2. Социологические журналы в Web <http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm>
3. Российские социологические журналы <http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm>
4. Портал по социологии, экономике и менеджменту <http://www.ecsocman.edu.ru/>
5. Библиотека социолога <http://sociology.extrim.ru/bibl.htm>
6. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru>
7. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
8. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi/>
9. Электронный ресурс – <http://www.elibrary.ru>
10. Электронный ресурс – <http://www.bashlib.ru/>

### **Программное обеспечение:**

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 104 от 17.06.2013 г.)
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 114 от 12.11.2014 г.)

## **6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Аудитория № 312 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Лекции	Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 312 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Семинарские (практические) занятия	Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 309 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная мебель, доска
Аудитория № 310 (нежилое помещение,		Учебная мебель, доска

<p>ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p> <p>Аудитория № 315 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p>		<p>Учебная мебель, доска</p>
<p>Аудитория № 309 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p> <p>Аудитория № 310 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p> <p>Аудитория № 315 (нежилое помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p>	<p>Текущий контроль и промежуточная аттестация</p>	<p>Учебная мебель, доска</p> <p>Учебная мебель, доска</p> <p>Учебная мебель, доска</p>
<p>Читальный зал № 5 (гуманитарный корпус, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4)</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p>	<p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>



ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины **Системный и ситуационный анализ в маркетинге** на **2** семестр  
(наименование дисциплины)

**очная**

форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 ЗЕТ / 108 час
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	51.2
лекций	18
практических/ семинарских	24
лабораторных	8
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	29.8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	27

Форма(ы) контроля:  
экзамен **2** семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Общая теория систем	2	3	1	4	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
2.	Классификация систем	2	3	1	4	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
3.	Свойства системы	2	3	1	1.8	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
4.	Связь системы с внешней средой	2	3	1	4	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания

							практических заданий	
5.	Параметры функционирования и развития системы	2	3	1	4	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
6.	Системный подход и системный анализ	2	3	1	4	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
7.	Методология системного анализа	2	3	1	4	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
8.	Ситуационный анализ в маркетинге: понимание и сущность	4	3	1	4	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
	<b>Всего часов:</b>	18	24	8	29.8			

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины **Системный и ситуационный анализ в маркетинге** на **3** семестр  
(наименование дисциплины)

**заочная**

форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 ЗЕТ / 108 час
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	23.2
лекций	8
практических/ семинарских	8
лабораторных	6
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	75.8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	9

Форма(ы) контроля:  
экзамен **3** семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Общая теория систем	1	1	0	9	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
2.	Классификация систем	1	1	1	9	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
3.	Свойства системы	1	1	0	9	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
4.	Связь системы с внешней средой	1	1	1	9	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания

							практических заданий	
5.	Параметры функционирования и развития системы	1	1	1	9.8	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
6.	Системный подход и системный анализ	1	1	1	10	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
7.	Методология системного анализа	1	1	1	10	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
8.	Ситуационный анализ в маркетинге: понимание и сущность	1	1	1	10	Осн. 1-7 Доп. 1-8	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий	Устный индивидуальный / групповой опрос, практические задания
	<b>Всего часов:</b>	8	8	6	75.8			

