

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Социологический факультет

Кафедра Социологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лига М.Б.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ОД.23.Маркетинг

на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 39.03.01 – Социология

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Социология управления (для набора 2013)

Форма обучения заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

овладение профессиональными навыками анализа и решения маркетинговых проблем на различных уровнях развития современного общества.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование у обучающихся комплекса знаний, умений и навыков по основным понятиям и терминам, характеризующими различные виды маркетинга, принципы и механизмы функционирования маркетинговых систем в организациях.
- формирование навыков разработки программы маркетинга для практической деятельности организаций.
- изучение приемов и методов функционального маркетинга.
- изучение методов сбора и анализа маркетинговой информации.
- подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Для успешного освоения материала бакалавр должен знать основы экономической теории, экономики, экономики предприятия, статистики, менеджмента, теоретических предпосылок и положения курсов "Экономическая социология", "Экономическая теория", "Социология организаций". Дисциплина «Маркетинг» входит в состав модуля «Обязательные дисциплины». Дисциплина изучается на 5 курсе в 9 семестре.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	9 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	16	16
лекционные (ЛК)	10	10
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	56	56
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК-1	способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий
ПК-2	способность участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических исследований с учетом особенностей потенциальной аудитории

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: - особенности и инструменты стратегического и оперативного маркетинга; - основные правила по написанию аналитических справок, обзоров, прогнозов на основе проведенных маркетинговых исследований.
	Стандартный: - методологию маркетинговых исследований; - достаточном объеме правила оформления результатов маркетинговых исследования в аналитическую справку, обзор, отчет.
	Эталонный: - основные построения, расчет и анализ современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на макро и микро уровне; - в полном объеме правила по написанию аналитических справок, обзоров, прогнозов на основе проведенных маркетинговых исследований.
	Пороговый: - пользоваться категориальным аппаратом теории маркетинга и смежных дисциплин; - оформить и представить аналитическую справку, обзор, полученных в ходе маркетингового исследования, данных по заданной тематике.

	Результат обучения
Уметь	Стандартный: - грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных; - Применять достаточный объем полученной в ходе маркетингового исследования информации для написания аналитических справок, обзоров, прогнозов, умеет использовать исследовательские данные при принятии управленческих решений.
	Эталонный: - разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию управленческих решений; - применять весь объем информации полученной в ходе маркетингового исследования, для написания аналитических справок, обзоров, прогнозов, умеет эффективно использовать маркетинговые данные при принятии управленческих решений.
Владеть	Пороговый: - начальными навыками применения на практике социологических методов в процессе проведения маркетинговых исследований; - начальными навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, основными методами проведения маркетингового исследования.
	Стандартный: - достаточными навыками применения на практике социологических методов в процессе проведения маркетинговых исследований; - достаточными навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, достаточным количеством методов проведения маркетингового исследования.
	Эталонный: - в полной мере владеть навыками применения на практике социологических методов в процессе проведения маркетинговых исследований; - в полной мере навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, всеми методами проведения маркетингового исследования в своей области.

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Сущность маркетинга и его роль в экономическом развитии страны	12	2			10
	2	Историческая эволюция концепций маркетинга	14	2	2		10
2	3	Маркетинговые исследования: цели, задачи	12	2			10
	4	Разработка программы маркетингового исследования	12		2		10
3	5	Сегментирование рынка	12	2	2		8
4	6	Изучение различных факторов влияния на поведение потребителей	10	2			8
Итого			72	10	6	0	56

3.2. Лекционные занятия

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Основные понятия маркетинга. Сущность и содержание маркетинга. Маркетинг как система организации производственно-сбытовой деятельности фирмы с ориентацией на конкретного потребителя. Цели системы маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля. Принципы и базисные категории маркетинга. Роль маркетинга и его масштабы в современных условиях.
	2	Предпосылки возникновения маркетинга. Эволюция маркетинга: смена концептуальных подходов. Развитие маркетинга в России.
2	3	Маркетинговая информация: источники маркетинговой информации, маркетинговая информационная система, система поддержки принятия решений. Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований. Специфические отличия маркетинговых исследований от академических исследований. Развитие мирового рынка маркетинговых исследований. Динамика российского рынка маркетинговых исследований. Определение проблемы исследования. Определение потребности в проведении исследования. Определение целей и задач исследования.
	4	
3	5	Предварительное описание рынка. Работа с переменными сегментирования. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование на целевом сегменте рынка. Сегментирование рынка по потребителям. Сегментирование рынка промышленных товаров.
4	6	Структура внешних и внутренних факторов влияния на поведение потребителей и возможности их изучения социологическими и социально-психологическими методами. Внутренние факторы влияния на поведение потребителей. Внешние факторы влияния на поведение потребителей.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	
	2	Понятие рынка и его развитие. Механизмы функционирования рынка. Особенности перехода к рыночным отношениям в России. Основные законы рынка. Виды рынков, их классификация. Классификация рынка по типу потребителя. Характеристика потребительского рынка, рынков промышленных предприятий, промежуточных продавцов, государственных учреждений. Деление рынка по территориальному признаку. Особенности функционирования мирового, национального и местного рынков.
2	3	
	4	Получение и анализ эмпирических данных: отбор источников информации, построение выборки и разработка инструментария, организация опроса, анализ и обработка полученной информации. Решение ситуационных задач
3	5	Основные принципы сегментирования рынка: географический, экономический, профессиональный, психографический, поведенческий. НИР: Анализ рынка.
4	6	

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Сущность маркетинга и его роль в экономическом развитии страны	Составление конспекта, составление глоссария
1	2	Историческая эволюция концепций маркетинга	Подготовка информационного сообщения
2	3	Маркетинговые исследования: цели, задачи	Подготовка к проведению мини-исследования
2	4	Разработка программы маркетингового исследования	Разработка макета в SPSS для обработки первичной маркетинговой информации
3	5	Сегментирование рынка	НИР: анализ рынка
4	6	Изучение различных факторов влияния на поведение потребителей	Составление аннотации на статью

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	Лекция	С использованием мультимедиа	2
2	4	Практическое занятие	Ситуационные задачи	2
3	5	Практическое занятие	технологии учебно-исследовательской деятельности	2
4	6	Лекция	С использованием мультимедиа	2

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Минько, Э.В. Маркетинг : учеб.пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 351 с.
2. Маркетинг : учебник / под ред. Н.М. Кондратенко. – М. : Юрайт, 2011. – 540 с.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов : практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.П. Голубков. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 474 с.
2. Маркетинг. Практикум : учеб. пособие для академического бакалавриата / С.В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С.В. Карповой. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 325 с.
3. Синяева, И.М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 495 с.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Монич, И.П. Маркетинг : учеб. пособие / И.П. Монич. – Чита: ЗабГУ, 2014. – 124 с.
2. Мазилкина, Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е.И. Мазилкина. – Ростов н/Д. : Феникс, 2012. – 332 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С.В. Карпова [и др.] ; под ред. С.В. Карповой. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 457 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С.В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С.В. Карповой, С.В. Мхитаряна. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 404 с.
3. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И.В. Липсиц [и др.] ; под ред. И.В. Липсица, О.К. Ойнер. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 379 с.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Каждому бакалавру предоставляется возможность индивидуального дистанционного доступа из любой точки, в которой имеется Интернет, к информационно-справочным и поисковым системам, электронно-библиотечным системам, с которыми у вуза заключен договор (ЭБС «Троицкий мост»; ЭБС «Лань»; ЭБС «Юрайт»; ЭБС «Консультант студента»; «Электронно-библиотечная система elibrary»; «Электронная библиотека диссертаций»).

Официальный сайт Института социологии Российской академии наук
www.isras.ru

Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН
www.isprras.ru

Официальный сайт международной социологической ассоциации
www.isa-sociology.org

Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения
www.wciom.ru

Официальный сайт Аналитического центра Юрия Левады «Левада-центр»
www.levada.ru

Официальный сайт Фонда «Общественное мнение»
www.fom.ru

Официальный сайт факультета социологии Российского государственного социального университета
www.socio.rgsu.net

Институт социологии РАН
<http://www.isras.ru/>

Институт научной информации по общественным наукам
<http://www.inion.ru/>

Журнал «Социологические исследования» (Социс)
http://www.isras.rssi.ru/R_SocIs.htm

Pollmax - свободный сервис разработки и публикации анкет
<http://pollmax.ru/>

Информационный ресурс Методология социальных исследований
<http://soc-research.info/>

Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ)
ramu.ru
Сообщество Маркетологов России
marketingpeople.ru
Research&Trends: Аналитика маркетологам и исследователям рынка
r-trends.ru

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения: SPSS Statistics Base

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-409.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система 672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-419.

Компьютерный класс.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы. Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

ПК – 30 шт. (в т.ч. преподавательский).

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Лекции

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс. Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

Семинарские занятия

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ~ ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- ~ участие в дискуссиях;
- ~ выполнение проектных и иных заданий;
- ~ ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к семинарским занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Составление и решение ситуационных задач (кейсов)

Это вид самостоятельной работы студента по систематизации информации в рамках постановки или решения конкретных проблем.

Решение ситуационных задач – чуть менее сложное действие, чем их создание. И в первом, и во втором случае требуется самостоятельный мыслительный поиск самой проблемы, ее решения. Такой вид самостоятельной работы направлен на развитие мышления, творческих умений, усвоение знаний, добытых в ходе активного поиска и самостоятельного решения проблем.

Следует отметить, что такие знания более прочные, они позволяют студенту видеть, ставить и разрешать как стандартные, так и не стандартные задачи, которые могут возникнуть в дальнейшем в профессиональной деятельности. Продумывая систему проблемных вопросов, студент должен опираться на уже имеющуюся базу данных, но не повторять вопросы уже 26 содержащиеся в прежних заданиях по теме.

Проблемные вопросы должны отражать интеллектуальные затруднения и вызывать целенаправленный мыслительный поиск. Решения ситуационных задач относятся к частично поисковому методу и предполагают третий (применение) и четвертый (творчество) уровень знаний. Характеристики выбранной для ситуационной задачи проблемы и способы ее решения являются отправной точкой для оценки качества этого вида работ. В динамике обучения сложность проблемы нарастает, и к его завершению должна соответствовать сложности задач, поставленных профессиональной деятельностью на начальном этапе.

Оформляются задачи и эталоны ответов к ним письменно.

Роль студента: изучить учебную информацию по теме; провести системно – структурированный анализ содержания темы; выделить проблему, имеющую интеллектуальное затруднение, согласовать с преподавателем; дать обстоятельную характеристику условий задачи; критически осмыслить варианты и попытаться их модифицировать (упростить в плане избыточности); выбрать оптимальный вариант (подобрать известные и стандартные алгоритмы действия) или варианты разрешения проблемы (если она не стандартная); оформить и сдать на контроль в установленный срок.

Методические рекомендации по составлению конспекта.

Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта. Выделите главное, составьте план, представляющий собой перечень заголовков, подзаголовков, вопросов, последовательно раскрываемых затем в конспекте. Это первый элемент конспекта. Вторым элементом конспекта являются тезисы. Тезис – это кратко сформулированное положение. Для лучшего усвоения и запоминания материала следует записывать тезисы своими словами. Тезисы, выдвигаемые в конспекте, нужно доказывать. Поэтому третий элемент конспекта – основные доводы, доказывающие

истинность рассматриваемого тезиса. В конспекте могут быть положения и примеры. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны 15 распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Конспектирование - наиболее сложный этап работы. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы. Конспект ускоряет повторение материала, экономит время при повторном, после определенного перерыва, обращении к уже знакомой работе. Учитывая индивидуальные особенности каждого студента, можно дать лишь некоторые, наиболее оправдавшие себя общие правила, с которыми преподаватель и обязан познакомить студентов:

1. Главное в конспекте не объем, а содержание. В нем должны быть отражены основные принципиальные положения источника, то новое, что внес его автор, основные методологические положения работы. Умение излагать мысли автора сжато, кратко и собственными словами приходит с опытом и знаниями. Но их накоплению помогает соблюдение одного важного правила – не торопиться записывать при первом же чтении, вносить в конспект лишь то, что стало ясным.
2. Форма ведения конспекта может быть самой разнообразной, она может изменяться, совершенствоваться. Но начинаться конспект всегда должен с указания полного наименования работы, фамилии автора, года и места издания; цитаты берутся в кавычки с обязательной ссылкой на страницу книги.
3. Конспект не должен быть «слепым», безликим, состоящим из сплошного текста. Особо важные места, яркие примеры выделяются цветным подчеркиванием, взятием в рамочку, оттенением, пометками на полях специальными знаками, чтобы можно было быстро найти нужное положение. Дополнительные материалы из других источников можно давать на полях, где записываются свои суждения, мысли, появившиеся уже после составления конспекта

Научно-исследовательская деятельность студента

Этот вид деятельности предполагает самостоятельное формулирование проблемы и ее решение, либо решение сложной предложенной проблемы с последующим контролем преподавателя, что обеспечит продуктивную творческую деятельность и формирование наиболее эффективных и прочных знаний (знаний-трансформаций).

Этот вид задания может выполняться в ходе занятий студента в кружке по дисциплине или планироваться индивидуально и требует достаточной подготовки и методического обеспечения.

Роль преподавателя и роль студента в этом случае значительно усложняются, так как основной целью является развитие у студентов исследовательского, научного мышления.

Такой вид деятельности под силу не всем студентам, планируя его, следует учитывать индивидуальные особенности студента. Более сложна и система реализации такого вида деятельности, более емки затраты времени как студента, так и преподавателя.

В качестве кружковой работы могут быть подготовлены сложные рефераты, проведено микроисследование, изготовлены сложные учебные модели.

Методические рекомендации по составлению конспекта.

Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта. Выделите главное, составьте план, представляющий собой перечень заголовков, подзаголовков, вопросов, последовательно раскрываемых затем в конспекте. Это первый элемент конспекта. Вторым элементом конспекта являются тезисы. Тезис - это кратко сформулированное положение. Для лучшего усвоения и запоминания материала следует записывать тезисы своими словами. Тезисы, выдвигаемые в конспекте, нужно доказывать. Поэтому третий элемент конспекта - основные доводы, доказывающие истинность рассматриваемого тезиса. В конспекте могут быть положения и примеры.

Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны 15 распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Конспектирование - наиболее сложный этап работы. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы. Конспект ускоряет повторение материала, экономит время при повторном, после определенного перерыва, обращении к уже знакомой работе. Учитывая индивидуальные особенности каждого студента, можно дать лишь некоторые, наиболее оправдавшие себя общие правила, с которыми преподаватель и обязан познакомить студентов:

1. Главное в конспекте не объем, а содержание. В нем должны быть отражены основные принципиальные положения источника, то новое, что внес его автор, основные методологические положения работы. Умение излагать мысли автора сжато, кратко и собственными словами приходит с опытом и знаниями. Но их накоплению помогает соблюдение одного важного правила – не торопиться записывать при первом же чтении, вносить в конспект лишь то, что стало ясным.
2. Форма ведения конспекта может быть самой разнообразной, она может изменяться, совершенствоваться. Но начинаться конспект всегда должен с указания полного наименования работы, фамилии автора, года и места издания; цитаты берутся в кавычки с обязательной ссылкой на страницу книги.
3. Конспект не должен быть «слепым», безликим, состоящим из сплошного текста. Особо важные места, яркие примеры выделяются цветным подчеркиванием, взятием в рамочку, оттенением, пометками на полях специальными знаками, чтобы можно было быстро найти нужное положение. Дополнительные материалы из других источников можно давать на полях, где записываются свои суждения, мысли, появившиеся уже после составления конспекта

Написание рецензии, аннотации

Это вид внеаудиторной самостоятельной работы студентов по написанию критического отзыва на первоисточник (книгу, статью, сочинение и пр.). В рецензии, аннотации студент должен обязательно отразить область интересов, исследованию которых посвящена данная работа, ее отличительные признаки от имеющихся аналогичных изданий, положительные стороны и недостатки работы, вклад автора в разработку исследуемых проблем и широту их охвата, оригинальность идей, подходов, стиль изложения.

Рецензия, аннотация может быть представлена на практическом занятии или быть проверена преподавателем.

Роль студента внимательно изучить информацию; составить план рецензии, аннотации; дать критическую оценку рецензируемой информации; оформить рецензию, аннотацию и сдать в установленный срок.

Подготовка к экзамену

Каждый учебный семестр заканчивается зачетно-экзаменационной сессией. Подготовка к зачетно-экзаменационной сессии, сдача зачетов и экзаменов является также самостоятельной работой студента.

Основное в подготовке к сессии – повторение всего учебного материала дисциплины, по которому необходимо сдавать зачет или экзамен. Только тот студент успевает, кто хорошо усвоил учебный материал.

Если студент плохо работал в семестре, пропускал лекции, слушал их невнимательно, не конспектировал, не изучал рекомендованную литературу, то в процессе подготовки к сессии ему придется не повторять уже знакомое, а заново в короткий срок изучать весь учебный материал. Все это зачастую невозможно сделать из-за нехватки времени.

Для такого студента подготовка к зачету или экзамену будет трудным, а иногда и непосильным делом, а конечный результат – возможное отчисление из учебного заведения.

Разработчик/группа разработчиков: Шапиева Анна Викторовна, доцент кафедры социологии

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2017 г. № 1)**