

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Факультет социальных наук

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 6 от 31.05.2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Экономическая социология

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
39.03.01 - Социология

Направленность образовательной программы
Социальная теория и комплексный анализ данных

Форма обучения
очная

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.02 Экономическая социология относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>УК-2.1: Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними</p> <p>УК-2.2: Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</p> <p>УК-2.3: Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм</p> <p>УК-2.4: Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p>УК-2.5: Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>	<p>УК-2.1: Знать круг исследовательских задач экономической социологии Уметь определять взаимосвязь между концептуальными подходами экономической социологии и практическими задачами прикладных исследований Владеть навыками постановки исследовательских задач под потребности целевых групп.</p> <p>УК-2.2: Знать основные этапы реализации экономсоциологического исследования. Уметь применять принципы междисциплинарного подхода в исследованиях экономических явлений и процессов. Владеть различными социологическими методами и техниками для решения поставленных задач.</p> <p>УК-2.3: Знать основы планирования экономсоциологического исследования. Уметь применять социологические методы</p>	<p>Доклад-презентация</p> <p>Кейс-задание</p> <p>Практическое задание</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Тест</p>

		<p>исследования для изучения экономических явлений и процессов.</p> <p>Владеть навыками планирования исследовательской деятельности.</p> <p>УК-2.4:</p> <p>Знать специфику проведения и организации социологического исследования экономических явлений и процессов, распределение обязанностей в исследовательском коллективе.</p> <p>Уметь выполнять поставленные руководителем проекта задачи в срок.</p> <p>Владеть навыками тайм-менеджмента и проектной работы.</p> <p>УК-2.5:</p> <p>Знать специфику презентации результатов экономсоциологических исследований заказчику, целевым аудиториям.</p> <p>Уметь формулировать практические рекомендации по результатам социологического исследования с учетом запросов целевых групп.</p> <p>Владеть навыками презентации результатов проектов.</p>		
<p>ПК-5: Способен разрабатывать программы социального развития с учетом потребностей предприятий, организаций, социальных групп на основе информационной базы исследований (самостоятельно или под руководством)</p>	<p>ПК-5.1: Обосновывает практическую целесообразность исследований, направленных на изучение различного рода социальных явлений, планирует и осуществляет исследование общественного мнения с использованием методов сбора и анализа социологической информации</p> <p>ПК-5.2: Формулирует предложения по</p>	<p>ПК-5.1:</p> <p>Знать принципы экономсоциологического (в т.ч. маркетингового) анализа.</p> <p>Уметь анализировать потребности населения в товарах и услугах при разработке программ социального развития.</p> <p>Владеть навыками планирования и осуществления исследований общественного мнения экономсоциологической</p>	<p>Кейс-задание</p> <p>Практическое задание</p> <p>Исследовательское задание</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Практическое задание</p>

	<p>совершенствованию социальных процессов и отношений на основе анализа и обобщения результатов социологических исследований</p> <p>ПК-5.3: Реализует и распространяет результаты социологических исследований по изучению общественного мнения в публичном пространстве или заинтересованным группам</p>	<p>тематики.</p> <p>ПК-5.2: Знать специфику разработки и реализации программ социального развития. Уметь выделять приоритеты социального развития организаций, территорий и иных общностей. Владеть навыками планирования и проведения маркетинговых исследований.</p> <p>ПК-5.3: Знать основные принципы организации и проведения экономсоциологического исследования исследования. Уметь планировать и осуществлять экономсоциологические исследования. Владеть навыками внедрения результатов прикладного исследования в программы социального развития.</p>		
--	---	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	3
Часов по учебному плану	108
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	16
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32
- КСР	1
самостоятельная работа	59
Промежуточная аттестация	0
	зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабора- торные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
1. Теоретические модели экономической социологии.	14	2	4	6	8
2. История развития эконом-социологического знания.	10	0	4	4	6
3. Экономическая активность как базовое понятие экономической социологии.	12	2	4	6	6
4. Экономическое поведение потребителей.	16	2	4	6	10
5. Особенности поведения домохозяйств.	12	2	4	6	6
6. Проблемы изучения становления предпринимательства в России.	12	2	4	6	6
7. Социология рынков	18	4	4	8	10
8. Особенности российского рынка труда	13	2	4	6	7
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	108	16	32	49	59

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Нет".

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

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Доклад-презентация) для оценки сформированности компетенции УК-2

Ориентировочные темы докладов-презентаций:

1. Типология финансового поведения домохозяйств.
2. Неформальная экономика и структура домашнего хозяйства.
3. Престижное потребление: характер и специфика.
4. Основные типы потребительского поведения.
5. Деньги как социальное отношение.
6. Становление экономической элиты России.

7. Проблемы изучения бедности.
8. «Финансовые пирамиды» и поведение масс.
9. Социальные издержки и противоречия рынка.
10. Социальные последствия приватизации в России.
11. Культура потребления.
12. Значение предпринимательства в социально-экономическом развитии.
13. Бедность и депривация как социальная проблема.
14. Хозяйственная этика мировых религий
15. Социология рынков (на примере рынка финансовых услуг)
16. Социология рынков (на примере рынка образовательных услуг)
17. Социология рынков (на примере рынка престижных товаров)
18. Потребительское поведение в Интернете
19. Интернет-бизнес
20. Гендерные аспекты экономического поведения
21. Сетевой маркетинг
22. Этнокультурные аспекты предпринимательства (в качестве примера можно брать не только Россию, но и др. многонациональные страны)

Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад-презентация)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	«Зачтено» - студент отвечает на вопросы по теме, его доклад логически выстроен, студент достаточно свободно строит рассуждения, показывает знание фактов, результатов исследований, понятий и концепций.
не зачтено	«Не зачтено» - студент не может ответить на вопросы по теме выступления, доклад неструктурирован, в нем не приведены результаты исследований, студент путается в понятиях.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задание) для оценки сформированности компетенции УК-2

Анализ динамики развития состояния рынка труда одного из регионов Российской Федерации.

Провести анализ факторов, обусловивших изменение профессионально-квалификационной структуры рынка труда региона, изменение соотношения спроса и предложения. Данные для анализа необходимо брать с порталов Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru/>; Министерства труда и социальной защиты РФ: <http://www.rosmintrud.ru/>.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задание) для оценки сформированности компетенции ПК-5

Анализ конкурентной среды

Задание:

- Найти аналитические и стилистические погрешности в тексте 1.
- Сравнить текст 1 и текст 2.
- Описать Таблицу 1. Сделать выводы и по возможности рекомендации для принятия управленческих решений на уровне местных органов власти, ФАС.

Текст 1.

Благосостояние - это многоплановая характеристика, зависящая от самых разных причин. Изучение «экономического благосостояния» человека дает возможность составить представление о том, из чего складывается и формируется общее благосостояние страны. В последнее время есть тенденция — оценивать развитие государства по состоянию уровня жизни населения и по уровню его благополучия. «Благосостояние» — понятие очень растяжимое. Это степень удовлетворения физических, духовных и социальных потребностей человека. Важно понятие «благосостояния» целой группы людей или даже всего общества. Теория благосостояния связана с изучением таких методов организации хозяйства, которые обеспечивают обществу максимизацию богатства или экономического благосостояния. Поскольку благосостояние и отдельного человека и группы людей выражается через многие, в том числе и количественные, факторы, среди которых и реальные доходы, и жилищные условия, и возможности системы образования, здравоохранения и органов обеспечения безопасности, и политическая обстановка.

Благосостояние - мера, степень обеспеченности людей жизненными благами, средствами существования. Иными словами, благосостояние это степень удовлетворения человеческих потребностей. Исходя из положения о том, что благосостояние является интегральным показателем обеспеченности населения социальными и экономическими благами, можно выделить два основных направления анализа факторов, влияющих на благосостояние населения. Во-первых, это материальная составляющая, характеризующая благосостояние с экономической точки зрения. Во-вторых, это факторы, имеющие воздействие на нематериальные показатели. Благосостояние - это многоплановая характеристика, зависящая от самых разных причин. Среди наиболее значимых групп факторов выделяются факторы экономические, политические, социальные, научно-технического прогресса и окружающей среды.

Первоначальным моментом изучения благосостояния населения Нижегородской области стало определение чувствительности жителей региона к ценовому уровню доступности потребляемых товаров и услуг.

Результаты исследования показали, что среди часто потребляемых товаров наибольшую чувствительность к уровню цен имеют продукты питания, т.к. количество затруднившихся ответить составило только 4,6%. При этом чуть более половины жителей региона считают цены на продукты питания слишком высокими (58,2%). Довольны уровнем цен только 37,3% респондентов.

Мнения по поводу доступности цен на одежду и обувь разделились практически поровну: 48,5% населения говорили, что цены слишком высокие, и для 44,0% - цены приемлемые. Бытовая техника для половины жителей Нижегородской области недоступна, т.к. цены слишком высокие (55,4%). В сторону доступности цен склонялись только 29,6% респондентов. Группа автомобильных компонентов оказалась наименее оцененной, т.к. 40,0% населения региона затруднились с ответом о доступности цены. При этом 44,8% респондентов отмечали слишком высокий уровень цен.

В ходе опроса, помимо измерения ценовой чувствительности к часто потребляемым товарным группам, измерялась ценовая чувствительность к некоторым услугам, заранее предложенным к

изучению. Следует отметить, что наиболее доступными по ценовому критерию для большинства населения являются услуги социального обслуживания населения (32,8% против 21,7%), услуги в сфере культуры (50,6% против 17,7%), транспортные услуги (51,9% против 33,4%), услуги связи (67,7% против 25,7%) и услуги широкополосного доступа в интернет (55,8% против 15,1%). В группу услуг, цены на которые слишком высоки для населения региона, входят услуги образования (46,6% против 26,8%), услуги детского отдыха и оздоровления (40,5% против 22,4%), медицинские услуги (57,0% против 34,5%) и услуги ЖКХ в целом (71,9% против 22,5%). Наибольшие затруднения в определении ценовой удовлетворенности вызвали услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями (72,3%) и гостиничные услуги (71,5%).

Рисунок 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы приемлемым уровень цен на следующие товары?», %

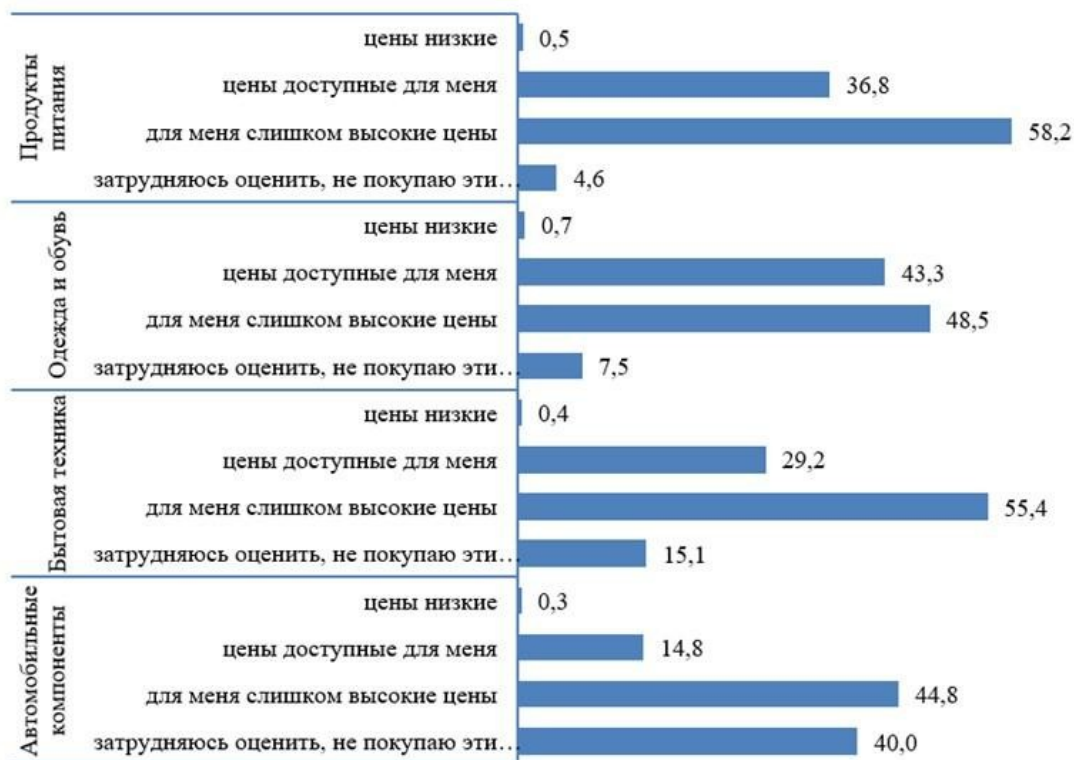


Рисунок 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы приемлемым уровень цен на следующие услуги?», %

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы приемлемым уровень цен на следующие товары?», %

	цены доступные	для меня слишком высокие цены	затрудняюсь оценить, не покупаю эти товары/услуги
Услуги связи	67,7	25,7	6,6
Услуги широкополосного доступа в Интернет	55,8	15,1	29,0
Транспортные услуги	51,9	33,4	14,7
Услуги в сфере культуры	50,6	17,7	31,7
Одежда и обувь	44,0	48,5	7,5
Продукты питания	37,3	58,2	4,6
Услуги дошкольного образования	36,1	31,0	32,8
Медицинские услуги	34,5	57,0	8,5
Услуги социального обслуживания населения	32,7	21,7	45,6
Услуги дополнительного образования детей	31,9	31,9	36,3
Бытовая техника	29,5	55,4	15,1
Услуги образования	26,8	46,6	26,6
Услуги ЖКХ в целом	22,5	71,9	5,7
Услуги детского отдыха и оздоровления	22,5	40,5	37,0
Автомобильные компоненты	15,1	44,8	40,0
Услуги психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья	11,9	15,8	72,3
Гостиничные услуги	11,5	17,0	71,5

--	--	--	--

Текст 2.

Динамика удовлетворенности потребителей уровнем цен

Основной тенденцией последних трех лет развития экономической конкуренции в Нижегородской области является рост недовольства населением уровнем цен на широкий круг товаров и услуг (см. табл.1.1). В первую очередь респонденты не удовлетворены уровнем цен на следующие товары и услуги: топливо (56%), медицинские и стоматологические услуги (51 и 50% соответственно), лекарства (50%), одежду, обувь и продукты питания (по 50%). При этом важно отметить, что уровень недовольства стоимостью большинства товаров и услуг стабильно высок на протяжении последних лет. Однако, неудовлетворенность ценами на продукты питания и лекарственные препараты сократилась (по сравнению с 2015 годом на 17-21%). При этом, по оценкам опрошенных респондентов, цены на продукты питания, жилищно-коммунальные услуги и топливо заметно выше по сравнению с другими регионами (см. табл.1.3).

За последние три года выросло недовольство потребителей ценами на услуги по управлению многоквартирными домами (на 14%), также выросли цены на бытовую технику и мебель, услуги теплоснабжения, водоснабжения и работы, связанные со строительством. На сегодняшний день уровень недовольства стоимостью вышеперечисленных товаров и услуг остается высоким – более 40% опрошенных не удовлетворены уровнем цен. Также около 40% респондентов не удовлетворены стоимостью электроснабжения, однако за последний год число недовольных несколько уменьшилось.

Один из самых заметных скачков в показателях удовлетворенности ценами на товары и услуги на региональном рынке связан с таким его сегментом, как гостиничный бизнес: на 30% выросло число тех, кто считает гостиничные услуги дорогими. Также за последний год существенно изменилась оценка стоимости транспортных услуг – рост недовольных составил около 20%.

Если в прошлые годы менее всего подвергались критике цены на связь (Интернет и сотовую связь), то в 2016г. замечен рост недовольных более чем на 15%. Практически около трети опрошенных потребителей услуг связи не удовлетворены их стоимостью.

Больше всего вызывает одобрение населения стоимость услуг в учреждениях дошкольного и дополнительного образования детей, социального обслуживания населения и услуг в сфере культуры. Только в этих сферах за последние три года (2014-2016) наблюдается рост числа удовлетворенности.

Выводы:

Потребители выражают недовольство уровнем цен практически на все виды товаров, услуг и работ. При этом за 2014-2016гг. наблюдается рост недовольства почти по всем категориям товаров и услуг. В первую очередь, люди не удовлетворены уровнем цен на следующие товары: топливо, лекарства, одежда, обувь и продукты питания. Повысился уровень критики относительно цен на стоматологические услуги, которые анализировались отдельно от общих медицинских услуг.

- Целесообразно рассмотреть включение в состав социально-значимых рынков рынки лекарства и продуктов питания, которые наиболее болезненно воспринимаются уязвимыми слоями населения и во многом являются индикаторами экономической ситуации для данных слоев.

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Кейс решен правильно - дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией, демонстрирует хорошие аналитические способности.
не зачтено	Кейс решен неправильно - обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Студент обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений, имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-2

«Анализ спроса на рынке труда»

Задание по подгруппам. Используя материалы сайта www.hh.ru произвести анализ спроса на рынке труда по вакансиям:

1. Социолог
2. Интервьюер/ модератор фокус групп
3. Маркетолог
4. Аналитик (в аналитических, маркетинговых и рекламных службах)
5. Менеджер по персоналу (сфера управления персоналом)
6. Рекрутер (сфера управления персоналом)
7. Специалист по кадрам (сфера управления персоналом)
8. PR – специалист/ PR-менеджер /специалист по внутренним/внешним коммуникациям
9. Копирайтер (сфера PR)

Необходимо провести сравнение рынка Нижнего Новгорода с любым другим регионом России. Пересечений с регионами сравнения в группах быть не должно! Каждая из подгрупп берет одну из девяти позиций. Сравнение должно происходить как минимум по следующим критериям:

1. Различия в квалификационных требованиях, навыках и опыте работы среди представленных вакансий по Нижнему Новгороду.
2. Различия в заработной плате среди представленных вакансий по Нижнему Новгороду.
3. Отличия по вышеназванным критериям спроса на рынке труда Нижнего Новгорода и любого другого регионального рынка.

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-5

1. Подготовьте краткие сообщения, раскрывающие такие понятия как портрет потребителя, потребительское поведение и его составляющие, спрос и предложение на рынке, емкость рынка, конкуренция, конкуренты, стратегии конкурентной борьбы, сегментация рынка, сегмент рынка, рыночная ниша.

2. Описать ситуацию на том или ином товарном рынке, используя вышеперечисленные понятия.

Вариант 1. Потребительское поведение на нижегородском рынке мебели

Необходимо озаглавить текст.

Таблица 1.

Намерение купить мебель в ближайшие полгода, %

	выборка	Возраст		
	Все	25-35 лет	36-45 лет	46-55 лет
Да	79	77	79	82
Нет	17	16	19	16

Таблица 2.

Покупали ли мебель за последний год, %

	выборка	Возраст		
	Все	25-35 лет	36-45 лет	46-55 лет
Да	48	49	46	49
Нет	51	49	53	51

Таблица 3.

Знание магазинов мебели (первый выбор без подсказки),%

	выборка	Возраст		
	Все	25-35 лет	36-45 лет	46-55 лет
Мебельный базар	39	37	43	36

Мебель +	20	18	19	24
Фестиваль	0	0	0	1
Союзный	7	7	9	5
Открытый материк	15	16	14	16
БУМ	8	9	8	7
ИКЕЯ	9	11	7	9
8	2	2	1	1

Таблица 4.

Знание мебельных магазинов (без подсказки),%

	выборка	Возраст		
	Все	25-35 лет	36-45 лет	46-55 лет
Мебельный базар	40	38	40	44
Мебель +	45	39	53	45
Фестиваль	3	3	2	3
Союзный	5	5	5	5
Открытый материк	33	32	37	32
БУМ	27	33	22	23
ИКЕЯ	44	51	38	41

Вариант 2. Потребительское поведение на нижегородском рынке мебели

Необходимо озаглавить текст.

Таблица 1.

Знание марок мебели (без подсказки),%

	выборка	Возраст		
	Все	25-35 лет	36-45 лет	46-55 лет
Столплит	26	26	22	30
Шатура	26	26	28	24
Формула дивана	24	24	25	24
Дятково	23	25	23	19
Лазурит	23	25	23	20
Мария кухонная студия	17	18	15	19
Много мебели	17	17	16	19
Меббери	14	13	17	12
Мягкое место	14	14	16	12
Юнион	14	16	15	11
8 марта	11	16	10	6
Калинка	11	12	13	9
Mobel and Zeit	10	13	9	7
Алькова	10	11	9	10
Аскона	10	12	13	6
Промэк	10	9	9	13
Цвет диванов	9	10	7	8
Европейская мебель	8	10	9	5
Добрый стиль	7	8	9	7
Лагуна	7	6	7	6
Любимый дом	7	7	8	8

Орматек	7	10	7	2
Роникон	6	6	6	4
Ангстрем	4	5	3	4
Майбел Хаус	4	4	5	3
Артис XXI век	3	4	2	3
Беллона	3	3	2	4
Идеал	3	2	3	3
Бо-бокс	1	1	1	2
Моон	1	2	2	1

Таблица 2.

Знание марок мебели (с подсказкой),%

	выборка	Возраст		
	Все	25-35 лет	36-45 лет	46-55 лет
Дятково	76	77	80	72
Шатура	74	73	78	74
Столплит	67	62	67	76
Алькова	58	55	66	59
8 марта	56	57	62	50
Формула дивана	55	53	60	54
Лазурит	54	54	56	53
Юнион	54	52	60	50
Mobel and Zeit	49	47	55	49

Мария кухонная студия	47	47	49	47
Меббери	45	45	52	38
Аскона	44	45	51	38
Ангстрем	40	35	49	38
Много мебели	39	39	40	37
Мягкое место	39	37	44	38
Промэк	35	33	38	37
Цвет диванов	35	29	42	36
Калинка	30	26	37	30
Орматек	30	34	34	22
Добрый стиль	27	23	33	27
Роникон	26	24	32	22
Европейская мебель	25	23	34	22
Лагуна	25	24	28	24
Любимый дом	16	16	18	16
Идеал	13	11	16	14
Беллона	11	11	13	8
Майбел Хаус	11	10	14	10
Артис XXI век	9	9	11	8
Моон	8	8	9	6
Бо-бокс	7	7	9	8

Посещение магазинов в течение года, %

Таблица 3.

	выборка	Возраст		
	Все	25-35 лет	36-45 лет	46-55 лет
Мебельный базар	66	65	68	65
ИКЕЯ	51	55	51	46
Мебель +	40	38	41	44
Открытый материк	34	31	38	36
БУМ	24	23	25	24
Союзный	10	10	11	11
Фестиваль	4	2	5	5

Вариант 3. Потребительское поведение на нижегородском рынке мебели

Необходимо озаглавить текст.

Таблица 1.

Поводы задуматься о покупке мебели,
%

Устаревший стиль мебели	68
Приход в негодность старой мебели	47
Ремонт в квартире/доме	29
Изменение жизненных обстоятельств, не связанных с п. 1-4 (напр., выросли дети, нужна мебель под технику)	7
Покупка квартиры/дома/расширение жилплощади	7

Таблица 3.

Повод, заставивший задуматься о покупке мебели в последний раз, %

Устаревший стиль мебели	35
Приход в негодность старой мебели	33
Ремонт в квартире/доме	20
Покупка квартиры/дома/расширение жилплощади	7
Изменение жизненных обстоятельств, не связанных с п. 1-4 (напр., выросли дети, нужна мебель под технику)	6

Таблица 2.

Субъекты принятия основного решения по выбору и покупке мебели, %

Старший супруг (дедушка)	0
Старшая супруга (бабушка)	7
Младший супруг (муж)	85
Младшая супруга (жена)	49
Дочь младших супругов (внучка)	1
Сын младших супругов (внук)	1

Таблица 4.

Период времени, прошедший с момента принятия решения о покупке до самой покупки/заказа мебели, %

1-2 дня	4
Не более 3-5 дней	10
1-2 недели	24
1 месяц	17

2-3 месяца	27
6 месяцев	4
6 месяцев-1 год	0

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	«Зачтено» ставится, если выполнены требования к написанию практического задания: выполнено как минимум 70% задания, представлены ответы на все разделы практического задания в объеме не менее 70%.
не зачтено	«Не зачтено» ставится, если выполнено менее 70% от необходимого объема практического задания или работа не представлена.

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-2

1. Изучать положение людей, а не абстрактные факты, призывали:

1. К.Маркс и Ф.Энгельс 2. Социалисты-утописты 3. Т. Парсонс и Р. Мертон

2. Как можно изменить человека, человеческие отношения, по мнению социалистов:

1. Изменив, преобразовав экономическую среду 2. Изменив статус человека 3. Изменив культурную среду

3. Ф.Лист, в противовес «космополитической» экономической теории А. Смита, создал:

1. Индивидуалистическую экономическую теорию 2. Национальную систему политической экономии 3. Хозяйственную систему политической экономии

4. Принципы, которыми характеризуется немецкая историческая школа (Рошер, Книс, Гильдебрант): 1,3,5 или 2,4,5.

1. Историзм 2. Анти-историзм 3. Анти-индивидуализм 4. Экономизм 5. Эмпиризм

5. Какое место занимает политическая экономия в классификации наук О.Конта:

1. Перовое 2. Последнее 3. Ей не находится места

6. Как таковой первый этап развития экономической социологии, т.н. классический период, представляют:

1. К.Маркс, М.Вебер, Т.Веблен 2. Э.Мэйо, Д.Макгрегор. 3. Т.Парсонс, Р. Мертон, Н.Смелзер

7. В экономико-социологической концепции К.Маркса место homo economicus занимает:

1. homo socio-economicus 2. homo sapiens 3. Класс 4. Нация

8. Методологию К.Маркса можно определить как:

1. Экономический детерминизм 2. Социологический детерминизм 3. Эмпиризм

9. Человек, по мнению К.Маркса, есть:

1. Совокупность социо-психических свойств 2. Продукт экономической среды 3. Продукт исторических условий, совокупность всех общественных отношений

10. Общество с точки зрения Э.Дюркгейма:

1. Совокупность экономически активных индивидов 2. Нечто большее, чем совокупность индивидов, некая самостоятельная сущность 3. Совокупность социальных групп

11. Чем характеризуется поведение человека, по мнению Э.Дюркгейма:

1. Эгоизмом 2. Альтруизмом 3. Эгоизмом и альтруизмом

12. Кто из классиков характеризовал хозяйственную систему как организацию, которой присущ характерный образ мыслей.

1. М.Вебер 2. Э.Дюркгейм 3. В.Зомбарт. 4. К.Маркс

13. Как М.Вебер определял экономическое поведение?

1. Как форму социального действия. 2. Как разновидность экономических процессов 3. Как социально-экономическую активность

14. Что, по Г.Зиммелю, является основой взаимодействия?

1. Выгода 2. Деньги 3. Обмен

15. Что, по Г.Зиммелю, является универсальным посредником в мире современной культуры?

1. Язык 2. Музыка 3. Деньги 4. Мода

16. Чем, по Т.Веблену, характеризуется поведение «праздного класса»:

1. Поддержание престижного статуса 2. Социально-экономической активностью 3. Поддержание престижного статуса, элитарным потреблением

17. Исследование культурного генезиса капитализма, влияния религиозных факторов на экономические процессы принадлежит:

1. Э.Дюркгейму
2. М. Веберу
3. Г.Зиммелю
4. В. Парето

18. Осуществление контроля над ограниченными ресурсами ненасильственными методами в целях удовлетворения своих потребностей- это (по М.Веберу) ...

1. Экономическое действие
2. Социально-экономическая активность
3. Управление

19. Культурно-символическое значение экономических процессов подчеркивает:

1. Г. Зиммель
2. М.Вебер
3. Э.Дюркгейм
4. К.Маркс

20. Как можно охарактеризовать неоклассический период развития экономической социологии?

1. Этап формирования методологии
2. Институционализация экономической социологии как самостоятельной дисциплины
3. Развитие эмпирических исследований

21. Функция экономической сферы, по Парсонсу:

1. Адаптация
2. Целеопределение
3. Интеграция

22. Актор, по Парсонсу, - это:

1. Продукт общественного развития
2. Элемент более общих структур, систем действий
3. Человек, способный на активный и осознанный выбор

23. Дж. Хоманс, П. Блау – создали теории экономического поведения, основанного...

1. на взаимовыгодном обмене
2. на методологии структурного функционализма
3. на методологии экономического детерминизма.

24. Появление таких направлений экономсоциологии, как индустриальная социология, моральная экономика, экологическая экономсоциология, характерны для...

1. Доклассического этапа развития экономсоциологии
2. Классического этапа.
3. Неоклассического
4. Современного

25. Человеческий капитал – это

1. Ресурсы предприятия
2. Накопленный культурный опыт
3. Личный багаж индивида: совокупность знаний, умений, навыков

26. Социальный капитал (Дж.Коулмен) – это

1. Потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, целерационально формируемый в межличностных отношениях.
2. Совокупность знаний, навыков и умений индивида
3. Кредит доверия, чести и престижа.

27. Устойчивые системы связей и контактов между индивидами называется...

1. Социальными структурами 2. Социальными отношениями 3. Социальными сетями

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Оценка "зачтено" ставиться при 60% правильных ответов.
не зачтено	Оценка "незачтено" ставиться , если студент набрал менее 60% правильных ответов.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки . Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки . Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки и. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами .	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами и, выполнены все задания в	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

						полном объеме	
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации

5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

Оценочное средство - Тест

Зачёт

Критерии оценивания (Тест - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Оценка "зачтено" ставиться при 60% правильных ответов.

Оценка	Критерии оценивания
не зачтено	«Не зачтено» ставится, если выполнено менее 70% от необходимого объема практического задания или работа не представлена.

Типовые задания (Тест - Зачёт) для оценки сформированности компетенции УК-2
(Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений)

Внимание! В ряде вопросов возможен выбор нескольких вариантов.

1. Дайте определение ЭС в рамках структурно-функционального подхода. ЭС - это наука, изучающая...

а) ... социальные аспекты экономического развития с целью выяснения того, как общественные процессы могут влиять на динамику экономической жизни

б) ... социальный механизм развития экономики

в) ... экономическое поведение людей

2. Дайте определение ЭС в рамках методологического индивидуализма. ЭС - это наука, изучающая...

а) ... экономическое поведение человека

б) ... экономическое действие как форму социального действия

в) ... экономическое социальных групп

3. Укажите основные характеристики понятие «социальное действие»

а) внутренняя мотивированность;

б) социальная эффективность;

в) ориентация на других людей;

г) социальная значимость.

4. Междисциплинарность как принцип исследовательской деятельности предполагает:

а) рассмотрение объектов с учетом двойственности их эконом-социологической природы;

б) учет двоякого рода факторов, воздействующих на изучаемые объекты: экономические и социологические;

в) учет экономических последствий развития объектов;

г) использование экономической и социологической информации;

д) использование полученных результатов для принятия разного рода решений

5. В чем особенность проблемно-ориентированного подхода в определении специфики ЭС?

а) наличие широкого спектра самостоятельных эконом-социологических исследований;

б) особое внимание на изучение социального механизма развития экономики;

в) в фокусе исследования социальная деятельность человека;

г) в фокусе исследования социально-экономическая деятельность человека

6. Социальный механизм развития экономики — это

а) социальная политика, проводимая государством;

б) это взаимодействие различных социальных институтов, влияющие на развитие экономики;

в) устойчивая система экономического поведения социальных групп, а также взаимодействие этих групп друг с другом и с государством по поводу производства, распределения, обмена и потребления материальных благ и услуг; система, регулируемая с одной стороны социальными институтами данного общества, а с другой — социально-экономическим положением и сознанием самих этих групп.

7. Модель человека эконом-социологического, выстраивается на базе следующих предпосылок:

а) способность на активный и осознанный выбор;

б) ориентация на достижение успеха;

в) способность к переключению между разными режимами действия;

г) способность поступать вопреки обстоятельствам и избранным ранее способам действия;

д) высокая информированность.

8. Социально-экономическая активность — это процесс...

а) сопровождающийся формированием целеполагающих новых общественных норм, условий собственного существования»;

б) вовлекающий людей в трудоспособном возрасте;

в) сопровождающейся высокой эффективностью.

9. Социальный капитал — это...

а) разновидность экономического капитала;

б) пассивное, неопределенное, рационально не оправданное ощущение, что все будет хорошо;

- в) потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, формируемый в межличностном пространстве;
- г) разновидность физического капитала.

10. Контент-анализ в социологическом исследовании выступает разновидностью метода:

- а) наблюдения;
- б) анализа документов;
- в) социального эксперимента;
- г) опроса.

11. Домохозяйство – это ...

- а) семья, проживающих в одном и том же жилище, объединяющих часть или весь свой доход и имущество и совместно потребляющих определенные типы продуктов и услуг, главным образом жилищные услуги и продукты питания;
- б) небольшая группа людей, проживающая в одном жилище, объединяющих часть или весь свой доход и имущество и совместно потребляющих определенные типы продуктов и услуг, главным образом жилищные услуги и продукты питания;
- в) небольшая группа людей, необязательно связанная узами родства, но имеющая общий бюджет.

12. Кто должен отвечать на вопросы, описывающие потребительское поведение домохозяйства?

- а) Глава семьи.
- б) Член семьи, наиболее регулярно осуществляющий покупки.
- в) Женщина-мать.
- г) Самый старший из членов семьи.

13. При увеличении занятости женщины на рынке труда, мужчина берет на себя часть ее обязанностей – это модель распределения труда называется...

- а) трудовой зависимостью
- б) переходной;
- в) адаптивное партнерство;
- г) постепенной адаптации.

14. Отметьте основные критерии отнесения деятельности к предпринимательской:

- а) организационное действие;

- б) наличие ресурсов;
- в) инициирование изменений;
- г) денежный доход как цель и критерий успеха;
- д) высокий социальный статус.

15. Как К.Поланьи назвал экономику домохозяйств, ориентированную не на максимизацию прибыли, а на удовлетворение потребностей жизнеобеспечения?

- а) Неизмеримая экономика.
- б) Субстантивная экономика.
- в) Неформальная экономика.

16. Укажите основные направления концептуальных подходов к изучению потребительского поведения в ЭС:

- а) социологические;
- б) экономико-психологические;
- в) социо-культурные;
- г) экономсоциологические.

17. Потребление по Бодрийяру – это процесс...

- а) удовлетворение потребностей;
- б) в котором значительную роль начинают играть образование и «вкус»;
- в) который покупатель активно вовлекается ради попытки создания и поддержания своей идентичности.

18. Укажите основные факторы мезоуровня, влияющих на шоппинг.

- а) информационная среда магазина;
- б) эмоциональность покупателя;
- в) группы (в том числе и референтные) и групповые коммуникации;
- г) мотивация потребителя
- д) работники торгового предприятия;
- е) персональные ценности и жизненный стиль потребителя;
- ж) другие покупатели.

19. Отметьте социальные функции шопинга:

- а) коммуникативная;
- б) инновационная;
- в) функция социализации;
- г) мотивация потребителя;
- д) самовознаграждение;
- е) удовлетворение потребностей.

Оценочное средство - Практическое задание

Зачёт

Критерии оценивания (Практическое задание - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	«Зачтено» ставится, если выполнены требования к написанию практического задания: выполнено как минимум 70% задания, представлены ответы на все разделы практического задания в объеме не менее 70%.
не зачтено	«Не зачтено» ставится, если выполнено менее 70% от необходимого объема практического задания или работа не представлена.

Типовые задания (Практическое задание - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-5 (Способен разрабатывать программы социального развития с учетом потребностей предприятий, организаций, социальных групп на основе информационной базы исследований (самостоятельно или под руководством))

Техническое задание «Анализ рынка товара/услуги и описание портрета потребителя»:

Работа по подгруппам (3-4 человека)

Структура работы

1. Обзор рынка выбранного товара/услуги, основываясь на публикациях маркетинговых и социологических исследований, указание источников обязательно.

Обязательно вывод по результатам данного обзора: объяснить, почему выбранный товар/услуга потенциально привлекательны для продвижения на местном рынке.

2. Анализ объекта исследования.

Используя, например, “7 Os” концепции или классический системный анализ объекта по В.А. Ядову

- участники рынка (кто осуществляет покупки на рынке?);
- предметы рынка (какие продукты и предметы покупаются и продаются на рынке, какие неудовлетворенные потребности существуют?);
- цели, которые ставят перед собой участники рынка (почему они покупают?);
- организации, присутствующие на рынке (кто взаимодействует с потребителями на рынке?);
- операционные процессы рынка (как осуществляются покупки?);
- возможности приобретения (когда осуществляются покупки?);
- каналы сбыта (где осуществляются покупки?).

(Occupants-участники рынка; Objects-предметы рынка; Objectives цели на рынке; Organizations организация на рынке; Operations ~ операционные процессы на рынке; Occasions - возможности приобретения; Outlets - каналы сбыта.)

3. Сегментация выбранного рынка товара/услуги (выбрать несколько наиболее подходящих в выбранному рынку критериев сегментации).

4. Полное техническое задание с указанием планируемых результатов исследования.

Основные элементы технического задания:

1. Название проекта.
2. Постановка цели.
3. Определение круга задач и их обоснование (краткое описание информации, предоставляемой заказчику по результатам исследования);
4. Технические характеристики проекта — метод сбора информации и его обоснование, выборка и ее обоснование.
5. Форма отчетности и график реализации проекта, срок сдачи результатов проекта.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Радаев Вадим Валерьевич. Экономическая социология : курс лекций : [учеб. пособие]. - М. : Аспект Пресс, 2000. - 368 с. - ISBN 5-7567-0195-8 : 54.00., 3 экз.
2. Силласте Галина Георгиевна. Экономическая социология : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся в бакалавриате и магистратуре по направлению "Социология" / Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2014. - 480 с. : ил. - (Бакалавриат. Магистратура). - На форзаце кн.: С дарств. надписью авт. - ISBN 978-5-98281-270-4 (Альфа-М) : 180.00., 1 экз.
3. Экономическая социология : учебник / под ред. Ю. В. Веселова ; С.-Петербург. гос. ун-т. - М. : РГ-Пресс, 2013. - 376 с. - Авт. указ. на обороте тит. л. - ISBN 978-5-9988-0151-8 : 150.00., 1 экз.

Дополнительная литература:

1. Ядов Владимир Александрович. Стратегия социологического исследования : Описание, объяснение, понимание социальной реальности : учеб. пособие. - 3-е изд., испр. - М. : Омега-Л, 2009. - 567 с. - (Университетский учебник). - ISBN 978-5-365-00957-8 : 270.00., 1 экз.
2. Заславская Т. И. Социология экономической жизни : очерки теории / отв. ред. А. Г. Аганбегян ; АН СССР, Сиб. отд-ние, Ин-т экономики и орг. пром. пр-ва. - Новосибирск : Наука, Сиб. отд-ние, 1991. - 442, [4] с. - ISBN 5-02-029106-4 : 6.10., 2 экз.

3. Заславская Татьяна Ивановна. Современное российское общество : Социальный механизм трансформации : [учеб. пособие] / Моск. высш. шк. соц. и экон. наук, Интерцентр, Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - М. : Дело, 2004. - 400 с. - ISBN 5-7749-0366-4 : 226.05., 2 экз.
4. Экономическая активность. Формирование новых типов экономического поведения / [под общ. ред. А. А. Иудина] ; ННГУ, Фак. соц. наук. - Н. Новгород : НИСОЦ, 2001. - 91 с. - ISBN 5-93116-036-1 : 25.00., 3 экз.
5. Энджел Джеймс Ф. Поведение потребителей = Consumer Behavior / [под ред. Волковой Л. А. ; пер. с англ. Принцева Т. и др.]. - СПб. : Питер Ком, 2000. - 759 с. : ил. - (Теория и практика менеджмента). - ISBN 5-314-00093-8 : 100.00., 1 экз.
6. Сергеев Александр Михайлович. Поведение потребителей : Решающий фактор успешной маркетинговой компании : учеб. пособие. - М. : Эксмо, 2006. - 320 с. - (Полный курс MBA). - ISBN 5-699-16771-4 : 196.20., 3 экз.
7. Васильев Г. А. Поведение потребителей : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг". - М. : Вузовский учебник : ВЗФЭИ, 2009. - 240 с. - ISBN 978-5-9558-0006-6 : 83.22., 3 экз.
8. Экономическая социология. Хрестоматия / Соколова Г.Н. - Москва : Вышэйшая школа, 2016., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=653331&idb=0>.
9. Иванова Т. Н. Экономическая социология и социология труда : электронное учебно-методическое пособие / Иванова Т. Н., Ростова А. В. - Тольятти : ТГУ, 2018. - 71 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ТГУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-8259-1208-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=708491&idb=0>.
10. Куликова А. В. Экономическая социология : учебно-методическое пособие / Куликова А. В. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2014. - 27 с. - Рекомендовано методической комиссией факультета социальных наук для студентов ННГУ, обучающихся по направлению 39.03.01 – «Социология». - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ННГУ им. Н. И. Лобачевского - Социально-гуманитарные науки., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=729974&idb=0>.
11. Куликова Александра Владимировна. Рынок труда в современной России : учебно-методическое пособие / А. В. Куликова, В. В. Михайлова ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2017. - 28 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=823051&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Лаборатория экономико-социологических исследований ВШЭ <http://soc.hse.ru/ecsoclab/index.html>
2. Электронная библиотека Социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова <http://lib.socio.msu.ru/l/library>
3. Электронный журнал «Экономическая социология» <http://ecsoc.hse.ru/>
4. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной

программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 39.03.01 - Социология.

Автор(ы): Куликова Александра Владимировна, кандидат социологических наук.

Заведующий кафедрой: Теодорович Михаил Леонидович, доктор социологических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 11.11.2022, протокол № 3.