

**Аннотация к рабочей программе
дисциплины Б1.О.11.04 Программное обеспечение и программирование в
профессиональной деятельности**

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: Целью освоения дисциплины «Программное обеспечение и программирование в профессиональной деятельности» является знакомство обучающихся с видами измерений в социологии и маркетинге и возможностью их использования в ходе будущей профессиональной деятельности.

Объем дисциплины: 12 з.е, 432 часа

Семестр: 5,6,7,8

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Понятие «программирование», «измерение» в социологии и маркетинге. Общий подход к шкалированию. Формализация научного исследования в процессе организации сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
2	Методы одномерного шкалирования. Установочные и оценочные шкалы. Шкала Луи Тёрстоуна. Метод парных сравнений. Роль индексов в измерении. Шкала Р. Лайкерта. Общая характеристика шкалы Гутмана. Метод семантического дифференциала. Многомерное шкалирование. Надежность и критерии устойчивости измерения в социологии и маркетинге. Устойчивость шкалы. Обоснованность, валидность, достоверность, ошибка измерения, единичная ошибка. Проблема адекватности методов формализма измерения в социологии и маркетинге.
3	Основы работы с данными в программных сервисах Microsoft Forms и Google forms
4	Прикладные сервисы оценки посещаемости веб-сайтов и анализа поведения пользователей. Метрики в социологических и маркетинговых исследованиях.
5	Подготовка данных к кодированию. Перенос данных из программных сервисов Microsoft Forms и Google forms. Основы кодирования данных.
6	Расщепление данных. Построение матрицы ABC XYZ. Сегментация потребителей в маркетинге с использованием прикладного программного обеспечения SPSS.
7	Анализ одномерных распределений с использованием программного обеспечения. Анализ двумерных распределений с использованием программного обеспечения.
8	Корреляционный анализ. Регрессионный анализ. Факторный анализ. Кластерный (таксономический) анализ. Дискриминантный анализ.
9	Вторичный анализ данных
10	Контент-анализ с использованием программного обеспечения
11	Визуализация данных социологических и маркетинговых исследований с помощью программного обеспечения. Графическое представление и редактирование данных с использованием программного обеспечения. Хранение и архивация данных социологических и маркетинговых исследований. Использование баз данных в социальном моделировании и маркетинге. Бизнес-моделирование.
12	Расчет описательных статистик в SPSS. Параметрическая статистика. Непараметрические данные. Непараметрические коэффициенты корреляции Кендалла и Спирмена. Качественная оценка параметров.

Форма промежуточной аттестации: зачет