

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Кемеровский государственный университет»

**«УТВЕРЖДАЮ»**  
директор/НФИ КемГУ  
Вержицкий Д.Г.  
**«21» сентября 2018 г.**



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ,**  
проводимых КемГУ самостоятельно для поступающих на обучение  
по программе магистратуры на направление  
**39.04.01 Социология**  
в 2019 году

**Новокузнецк, 2018**

Программа предназначена для вступительных испытаний абитуриентов, поступающих по направлению подготовки 39.04.01 Социология (уровень магистратуры), для оценки степени теоретической и практической подготовленности к обучению по основной образовательной программе магистратуры.

Форма проведения вступительного экзамена – **тест**.

На экзамен выносятся содержание двух дисциплин «Основы социологии», «Основы маркетинга». Каждый билет содержит два вопроса. Один вопрос - по дисциплине «Основы социологии, второй вопрос – по дисциплине «Основы маркетинга».

Во время экзамена запрещено пользоваться учебниками, конспектами, другой литературой, а также техническими средствами связи.

Вступительное испытание представляет тест, состоящий из 50 вопросов, позволяющих оценить совокупность значений дескрипторов «знать», «уметь», «владеть» выборочных компетенций по направлению подготовки 39.04.01 «Социология».

По структуре вступительные испытания состоят из 50 заданий, на каждое из которых нужно дать один ответ, из 4-х предлагаемых вариантов.

Результаты оцениваются по 100 балльной шкале. Каждый правильный ответ на тестовое задание – 2 балла.

Нижний порог прохождения – 30 баллов. Продолжительность проведения вступительных испытаний 120 минут (2 часа).

Апелляции по вступительным испытаниям принимаются не позднее следующего дня после опубликования результатов.

В программе представлены перечень основных тем и учебная литература для подготовки к экзамену.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ СОЦИОЛОГИИ»**

1. Строение общей социологии.
2. Характеристика макросоциологии.
3. Общество как социальная система.
4. Социальные изменения.
5. Социальная структура общества.
6. Социальные институты.
7. Социальные общности.
8. Характеристика микросоциологии.
9. Структура личности.
10. Процесс социализации.
11. Процесс социализации.
12. Механизм социального действия.
13. Теории социального взаимодействия.
14. Характеристика малых групп
15. Девиантное поведение.
16. Социальные конфликты.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНЫХ ТЕМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»**

1. Понятие и сущность маркетинга, его цели принципы и функции.
2. Информационное обеспечение маркетинга Информационное обеспечение маркетинга.
3. Стратегия и система маркетинга.
4. Маркетинговые исследования.
5. Комплекс маркетинга. Товар.
6. Маркетинговые коммуникации.
7. Ценовая политика.
8. Каналы распределения.
9. Маркетинговый контроль.

### **Список литература для подготовки к экзамену**

1. Волков Ю. Г. Социология [Электронный ресурс]: Учебник / Ю.Г. Волков. - 5-е изд., перераб. и доп. - Электронные текстовые данные. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 512 с. - (Бакалавриат). – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=474234>

2. Добреньков В. И. Социология [Электронный ресурс]: Учебник / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко; Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). - Электронные текстовые данные. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 624 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=341605>

3. Осипов, Г. В. Социология. Основы общей теории [Электронный ресурс] : Учебник для вузов/Осипов Г. В., Москвичев Л. Н. - Электронные текстовые данные. - М.: НОРМА, 2015. - 912 с. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=501622>.

4. Соловьев, Б.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 336 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=171324#none>

5. Годин, А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / А.М. Годин. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=334180#none>

6. Кузнецова, Л. В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. В. Кузнецова, Ю. Ю. Черкасова. – Электронные текстовые данные. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 139 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=306750>.