

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛПУ»)

Институт истории, международных отношений и социально-политических наук

Кафедра философии и социологии



УТВЕРЖДАЮ

Директор ИИМОСПН

С.А. Дитковская

феврале 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

Социальное прогнозирование и проектирование

По направлению подготовки – 39.04.01 Социология (уровень магистратура)

Профиль подготовки – Социология управления

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – ОФО – 1 курс (2 семестр), ЗФО – 1 курс (2 триместр)

Разработчик

Заведующий кафедрой философии
и социологии

Лугуценко Т.В.

Заведующий кафедрой философии
и социологии

Лугуценко Т.В.

Протокол

от «12» февраля 2024 г. № 9-1.

Луганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины «Социальное прогнозирование и проектирование» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины «Социальное прогнозирование и проектирование».

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.04.01 Социология, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05 февраля 2018 г. №79.

1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
Универсальные	
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Проводит проблематизацию проекта определяет и обосновывает цели проекта ИУК-2.2. Организует сбор и анализ информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта ИУК-2.3. Планирует и организует работу проектной команды в рамках реализации проекта
Общепрофессиональные	
ОПК-3. Способен прогнозировать социальные явления и процессы, выявлять социально значимые проблемы и вырабатывать пути их решения на основе использования научных теорий, концепций, подходов и социальных технологий	ИОПК-3.1. Анализирует проблемы развития социальных явлений и процессов с использованием статистических процедур для обработки социологических данных ИОПК-3.2. Содержательно интерпретирует данные и формулирует выводы и теоретические подходы для анализа и прогнозирования социальных явлений и процессов ИОПК-3.3. Выявляет социально значимые проблемы и предлагает пути их решения на основе социологической теории и

	<p>социологических методов исследования</p> <p>ИОПК-3.4. Научно обосновывает постановку фундаментальных и прикладных социологических исследований для решения социально значимых проблем</p> <p>ИОПК-3.5. Предлагает описательные, объяснительные и прогнозные модели социальных явлений и процессов на основе социологических теорий</p> <p>ИОПК-3.6. Разрабатывает предложения по совершенствованию социологических концепций описания и объяснения социальных явлений и процессов</p>
Профессиональные	
ПК-1. Способен к разработке предложений по совершенствованию технологий и методик сбора информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	<p>ИПК-1.1 - Определяет оптимальные ресурсы, необходимые для реализации технологий и методик сбора информации применительно к условиям исследования</p> <p>ИПК-1.2 - Вносит научно обоснованные предложения по оптимизации технологий и методик сбора информации в рамках выбранной методической стратегии</p> <p>ИПК-1.3 - Разрабатывает и внедряет новые методы и методики сбора социологической информации</p>
ПК-2. Способен ставить и решать организационно-управленческие задачи в процессе проведения социологических и маркетинговых исследований	<p>ИПК-2.1 - Обеспечивает информационную поддержку управленческого процесса путем проведения социологических и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-2.2 - Осуществляет постановку актуальных организационно-управленческих задач в процессе проведения социологических и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-2.3 - Разрабатывает обоснованное решение организационно-управленческих задач на основе проведенных социологических и маркетинговых исследований</p>
ПК-3. Способен к разработке предложений по совершенствованию методов анализа и интерпретации полученных данных	ИПК-3.1 - Предлагает модели описания и объяснения социальных явлений и процессов на основе результатов

<p>социологических и маркетинговых исследований</p>	<p>социологических и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-3.2 - Вносит научно обоснованные предложения по совершенствованию методов анализа и интерпретации данных социологических и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-3.3 - Разрабатывает и внедряет новые методы анализа и интерпретации данных социологических и маркетинговых исследований</p>
<p>ПК-4. Способен осуществлять экспертную оценку в процессе проведения экспертизы результатов внедрения общественно-политических и экономических стратегий, программ, проектов, мероприятий с использованием данных социологических исследований</p>	<p>ИПК-4.1 - Организует исследования, направленные на оценку результатов внедрения общественно-политических и экономических стратегий, программ, проектов, мероприятий, используя научные методы исследования и обработки данных, оценки результатов деятельности</p> <p>ИПК-4.2 - На основе результатов социологических исследований осуществляет самостоятельную оценку последствий внедрения общественно-политических и экономических стратегий, программ, проектов, мероприятий</p> <p>ИПК-4.3 - На основе результатов социологических исследований составляет обоснованные рекомендации по вопросам внедрения общественно-политических и экономических стратегий, программ, проектов, мероприятий</p>
<p>ПК-5. Способен на основании результатов социологических и маркетинговых исследований осуществлять прогнозную оценку и консультировать по вопросам принятия управленческих решений</p>	<p>ИПК-5.1 - Составляет краткосрочные прогнозы на основании результатов проведенных социологических и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-5.2 - Способен давать прогнозную оценку по вопросам принятия управленческих решений в краткосрочной и долгосрочной перспективе</p> <p>ИПК-5.3 - Осуществляет управленческое консультирование в органах власти и управления, органах местного самоуправления, административно управленческих подразделениях организаций и учреждений</p>

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Исторические, политические и экономические предпосылки возникновения социального прогнозирования. Исторические, политические и экономические предпосылки возникновения социального прогнозирования.	УК-2	Тестирование
Функции социального прогнозирования.	ОПК-3	Устный опрос
Типология прогнозов. Поисковый прогноз, нормативный, целевой, плановый, программный, проектный, организационный.	ПК-1	Устный опрос
Обоснованность и истинность прогноза.	ПК-2	Устный опрос
Прогностическая модель в социологических исследованиях.	ПК-3	Тестирование
Построение модели прогнозного фона.	ПК-4	Устный опрос
Методика прогнозного поиска.	ПК-5	Самостоятельная работа
Прогнозы в области социальных отношений.	ПК-4, ПК-5	Экзамен

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
УК-2	Знает: о способах осуществления критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода; Умеет: осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода в прикладном эксперименте; Владеет навыками: выработки стратегии действий.
ОПК-3	Знает: о способах прогнозирования социальных явлений и процессов; Умеет: выявлять социально значимые проблемы и выработать пути их решения на основе использования научных теорий, концепций, подходов и социальных технологий; Владеет навыками: прогнозирования социальных явлений и процессов, выработки путей их решения.
ПК-1	Знает: оптимальные ресурсы, необходимые для реализации технологий и методик сбора информации применительно к условиям исследования; Умеет: вносить научно обоснованные предложения по оптимизации технологий и методик сбора информации в рамках выбранной методической стратегии. Владеет навыками: разработки и внедрения новых методов и

	методик сбора социологической информации
ПК-2	<p>Знает: обеспечение информационной поддержки управленческого процесса путем проведения социологических и маркетинговых исследований</p> <p>Умеет: осуществлять постановку актуальных организационно-управленческих задач в процессе проведения социологических и маркетинговых исследований</p> <p>Владеет навыками: разработки обоснованного решения организационно-управленческих задач на основе проведенных социологических и маркетинговых исследований</p>
ПК-3	<p>Знает: модели описания и объяснения социальных явлений и процессов на основе результатов социологических и маркетинговых исследований</p> <p>Умеет: вносить научно обоснованные предложения по совершенствованию методов анализа и интерпретации данных социологических и маркетинговых исследований</p> <p>Владеет навыками: разработки и внедрения новых методов анализа и интерпретации данных социологических и маркетинговых исследований</p>
ПК-4	<p>Знает: как организовать исследования, направленные на оценку результатов внедрения общественно-политических и экономических стратегий, программ, проектов, мероприятий, используя научные методы исследования и обработки данных, оценки результатов деятельности</p> <p>Умеет: на основе результатов социологических исследований осуществляет самостоятельную оценку последствий внедрения общественно-политических и экономических стратегий, программ, проектов, мероприятий</p> <p>Владеет навыками: на основе результатов социологических исследований составляет обоснованные рекомендации по вопросам внедрения общественно-политических и экономических стратегий, программ, проектов, мероприятий</p>
ПК-5	<p>Знает: как составлять краткосрочные прогнозы на основании результатов проведенных социологических и маркетинговых исследований</p> <p>Умеет: давать прогнозную оценку по вопросам принятия управленческих решений в краткосрочной и долгосрочной перспективе</p> <p>Владеет навыками: осуществления управленческого консультирования в органах власти и управления, органах местного самоуправления, административно управленческих подразделениях организаций и учреждений</p>

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Критерии оценивания учебных достижений студентов очной формы обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
2 семестр	
Работа на семинарских занятиях	30

Написание МКР	10
Самостоятельная работа	20
Экзамен	40
Итого за семестр:	100

**Критерии оценивания учебных достижений студентов
заочной формы обучения**

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
2 триместр	
Работа на семинарских занятиях	20
Написание МКР	10
Самостоятельная работа	30
Экзамен	40
Итого за семестр:	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном	

		сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

1.7. Образец оформления экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛПУ»)

ИНСТИТУТ ИМОСПН
кафедра философии и социологии

Экзамен (устный/письменный) по дисциплине: «Социальное прогнозирование и проектирование»

Код/название направления подготовки **39.04.01 Социология**
ОФО/ЗФО

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1.

2.

3.

Утверждено на заседании кафедры философии и социологии, протокол №__
от __._____.2024 г.

Заведующий кафедрой _____ Лугуценко Т.В.

Экзаменатор _____ ФИО

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса:

1. Прогностические модели как современные технологии в управлении государством.
2. Методологические основы социального прогнозирования.
3. Новые подходы в прогнозировании общественных явлений.
4. Системный анализ объекта и предмета как основа социального проектирования.
5. Будущее в зарубежных теориях постиндустриального общества.
6. Основные перспективы социального развития общества в трудах отечественных ученых.
7. Роль социальных прогностических теорий в реформировании российского общества.
8. Проблемы теории и практики зарубежного опыта социального прогнозирования и моделирования.
9. Основные недостатки процесса прогнозирования. Пути их преодоления.
10. Виды прогнозов.
1. Взаимодействие различных существующих подходов к исследованию социальной сферы.
12. Государственное прогнозирование.
13. Формы и методы социальной деятельности.
14. Прогностические модели как современные технологии в управлении государством.

15. Социальная политика как главный объект социального прогнозирования.
16. Прогнозирование социальной сферы: образование, здравоохранение, культура.
17. Прогнозирование уровня жизни населения с применением методов опроса и интервью.
18. Информационно-аналитический анализ социальной ситуации в обществе.
19. Проблемы социального страхования как объект прогнозирования и моделирования
20. Применение моделей в управлении.

Вопросы для проведения контрольной работы:

1. Охарактеризуйте социальное прогнозирование как область социологических исследований и часть междисциплинарного комплекса исследований будущего.
2. Какие требования к процессу реализации прогнозного исследования Вы знаете? Какова роль прогнозирования в структуре научного предвидения?
3. Раскройте предпосылки развития социопрогностических исследований в Советском Союзе и ЛНР.
4. Понятийный аппарат и методологическая база социальной прогностики. Отличительные особенности и функции социального прогнозирования.
5. Проанализируйте связь социального прогнозирования с экономическим, политическим, демографическим, технологическим и экологическим прогнозированием.
6. Обоснуйте объекты, предметную область и круг проблематики социального прогнозирования.
7. Какие существуют пути повышения эффективности социального прогнозирования?
8. Назовите основные виды социальных прогнозов.
9. Раскройте принципы и этапы социального прогнозирования.
10. Какие подходы к классификации научных методов социального прогнозирования Вы знаете?
11. Охарактеризуйте процедуру выбора метода социального прогнозирования.
12. Сущность и особенности фактографических и интуитивных (экспертных) методов социального прогнозирования.
13. Типология моделей в социальной прогностике, схема их взаимосвязи.
14. Визуализация и качественные методы моделирования.
15. Какие подходы к исследованию поведения социальных объектов средствами компьютерных технологий Вам известны?

Темы рефератов и научных докладов для самостоятельной работы

1. Прогностические модели как современные технологии в управлении государством.
2. Методологические основы социального прогнозирования.
3. Новые подходы в прогнозировании общественных явлений.

4. Системный анализ объекта и предмета как основа социального проектирования.
5. Будущее в зарубежных теориях постиндустриального общества.
6. Основные перспективы социального развития общества в трудах отечественных ученых.
7. Роль социальных прогностических теорий в реформировании российского общества.
8. Проблемы теории и практики зарубежного опыта социального прогнозирования и моделирования.
9. Основные недостатки процесса прогнозирования. Пути их преодоления.
10. Виды прогнозов.
11. Взаимодействие различных существующих подходов к исследованию социальной сферы.
12. Государственное прогнозирование.
13. Формы и методы социальной деятельности.
14. Прогностические модели как современные технологии в управлении государством.
15. Социальная политика как главный объект социального прогнозирования.
16. Прогнозирование социальной сферы: образование, здравоохранение, культура.

Вопросы к экзамену.

1. Формы конкретизации предвидения.
2. Соотношение категорий предвидения и управления.
3. Проектирование как элемент управленческой деятельности и его связь с прогнозированием.
4. Систематизация прогнозов.
5. Информационное обеспечение прогнозирования и проектирования.
6. Роль моделирования в прогностическом исследовании.
7. Презентизм первобытного мышления и футурофобия.
8. Религиозные, утопические и философско-исторические корни теории прогнозирования.
9. Социальное прогнозирование на рубеже XIX-XX столетий. Появление научной фантастики и “размышлений о будущем”.
10. Формирование парадигмы технологического прогнозирования.
11. “Антифутурологические волны”.
12. Место О. Тоффлера в развитии прогностической науки.
13. Римский клуб как центр исследования проблематики будущего.
14. Сущность глобалистики и альтернативистики. Концепция “альтернативной цивилизации”.
15. Сравнительный анализ программ социологического и социально-прогностического исследований.
16. Предпрогнозная ориентация.
17. Период основания и период упреждения прогноза.

18. Построение исходной (базовой) модели объекта социального прогнозирования.

19. Социологический показатель и возможность его использования в прогностическом и проектном моделировании.

20. Возможности трендового моделирования в прогностическом исследовании.

21. Построение модели прогнозного фона.

22. Поисковый прогноз.

23. Нормативный прогноз.

24. Верификация прогноза.

25. Выработка рекомендаций для принятия управленческого решения.

26. Прогнозирование и проектирование проблем экономической социологии. 27. Прогнозы и проектные разработки в сфере социологии политики.

28. Прогнозирование и управление на службе разрешения социальных проблем современной семьи.

29. Прогнозы в области социологии образования.

30. Социология науки и возможность прогнозирования и проектирования ее проблематики.

31. Специфика прогнозирования и проектирования проблематики социологии культуры.

32. Социология расселения и ее перспективные проблемы.

33. Экологическая социология как область прогностических и проектных разработок.

34. Прогнозы в сферах социологии преступности и социологии наркотизма. 35. Перспективная проблематика современного прогнозирования и проектирования.

36. Основные методологические принципы социального прогнозирования.

37. Объекты социального прогнозирования.

38. Сущность социального прогнозирования и его содержание.

39. Методологические принципы прогнозирования.

40. Виды и технологии прогнозов.

41. Основные методы прогнозирования.

42. Метод экстраполяции в социальных прогнозах.

43. Функции прогнозирования, их применение в социальных практиках.

44. Эволюция прогнозирования в Европе.

45. Российская школа социального прогнозирования.

46. Римский клуб: причины создания, задачи и направления деятельности.

47. Экспертная оценка как метод социального прогноза.

48. Метод аналогии и его роль в социальном прогнозе.

49. Метод сценариев, разработка сценариев прогнозирования.

50. Футурологические концепции: общее и специфическое.

- 51 Классификация объекта прогнозирования.
- 52 Современное содержание науки социального прогнозирования.
- 53 Стадии разработки прогноза и его надежность.
- 54 Возможности и ограничения социального прогнозирования.
- 55 Эффективность прогнозов и основные недостатки прогнозирования.
- 56 Операционально-деятельностное, временное и пространственное прогнозирование.
- 57 Прогнозные исследования в различных сферах жизнедеятельности человека.
- 58 Аппарат прогностической деятельности.
- 59 Структурно-функциональное прогнозирование, сущность и методы.
- 60 Проблемы социального прогнозирования в социальной сфере.
- 61 Основные методы социального прогнозирования: обоснования, типологии, классификации и основные характеристики выбора для анализа социальной реальности.
- 62 Прогностическая экстраполяция, рефлексивный метод и метод анализа временных рядов, структурный анализ, анализ предельных и пороговых значений.
- 63 Интуитивные методы прогнозирования.
- 64 Принципы, условия и характеристики социального прогнозирования.
- 65 Прогнозирование – одна из форм конкретизации научного предвидения.
- 66 Понятие прогноза.
- 67 Прогностика как наука о системе мышления о будущем, о способах и методах его исследования.
- 68 Соотношение понятий «прогностика» и «прогнозирование».
- 69 Социальное прогнозирование как область научного знания, метод научного познания, вероятных изменений социальных структур, объектов и процессов.
- 70 Объект и предмет социального прогнозирования.
- 71 Основные методологические принципы социального прогнозирования.
- 72 Прогнозные исследования, характер взаимодействия прогностики с отраслевыми теориями обществоведения: экономическими, юридическими, психологическими, социологическими и др.
- 73 Прогнозное обоснование социальных нововведений в обществе.
- 74 Функции и принципы прогнозирования, технологические этапы и процедуры.
- 75 Основные типы социального прогнозирования: поисковое и нормативное социальное прогнозирование.
- 76 Моделирование в исследовании социальных процессов.

77 Модель как аналог оригинала, воспроизводящий в символической форме существенные черты какого-либо объекта, процесса или явления, но не повторяющий его.

78 Моделирование как исследование объектов познания на их моделях, построение и изучение моделей реально существующих предметов явлений и конструируемых объектов для определения или улучшения их характеристик, рационализации способов их построения и управления ими.

79 Взаимосвязь и взаимозависимость моделирования и прогнозирования.

80 Моделирование как триединый процесс: изучение параметров реальной системы и построение на ее основе модели; исследование модели; экстраполяция изученных свойств модели на ее оригинал.

81 Типы функционирования модели: имитационный и режимный. Их содержание, цели и способы оптимального соотношения в социальных процессах.

82 Основные задачи моделирования: выявление предмета исследования; систематизация социальных проблем; выработка концепции и способов решения социальных проблем.

83 Основные стадии процесса моделирования.

84 Технологическое обеспечение социального моделирования.

85 Использование моделирования в решении социальных проблем.

86 Моделирование как триединый процесс: изучение параметров реальной системы и построение на ее основе модели; исследование модели; экстраполяция изученных свойств модели на ее оригинал.

87 Типы функционирования модели: имитационный и режимный. Их содержание, цели и способы оптимального соотношения в социальных процессах.

88 Основные задачи моделирования: выявление предмета исследования; систематизация социальных проблем; выработка концепции и способов решения социальных проблем.

89 Основные стадии процесса моделирования.

90 Взаимосвязь в социальном моделировании социологии, философии, математики.

91 Социальные проблемы как объект прогнозирования и моделирования.

92 Понятие социальной проблемы. Виды социальных проблем и их характеристики.

93 Современное общество как источник появления социальных проблем.

94 Современная теория социальных проблем.

95 Работа с социальными проблемами: предвидение и выявление (обнаружение) проблем, анализ и исследование проблем, их сортировка и ранжирование, выбор приоритетных проблем, планирование, подготовка решения проблем, анализ результатов решения.

96 Поисковое и нормативное социальное прогнозирование.

- 97 Биографический метод в ряду качественных методов прикладного социологического исследования.
- 98 Становление биографического метода (У. Томас, Ф. Знанецкий).
- 99 Теория постиндустриального общества Д. Белла.
- 100 Проблема народонаселения, продовольствия и невозобновляемых ресурсов.
- 101 «Римский клуб» и результаты его деятельности.
- 102 «Антифутурологические волны» А. Тоффлера.
- 103 Будущее семьи: основные тенденции и проблемы институционализации в России.
- 104 Современный этап развития исследований будущего: глобалистика и альтерналистика.
- 105 Прогнозирование миграционных процессов в России.
- 106 Балансовый метод в социальном прогнозировании, особенности разработки и применения.
- 107 Интуитивные методы прогнозирования.
- 108 Особенности их использования в социальном прогнозировании.
- 109 Использование информационных технологий в социальном прогнозировании.
- 110 Классификация и общая характеристика методов прогнозирования.
- 111 Комплексная оценка демографического потенциала, основные показатели прогнозирования.
- 112 Комплексная оценка уровня и качества жизни населения.
- 113 Комплексный анализ жилищно-коммунального хозяйства, основные показатели его прогнозирования
- 114 Комплексный анализ развития сферы культуры. Основные показатели ее прогнозирования.
- 115 Комплексный анализ системы здравоохранения, основные показатели ее прогнозирования
- 116 Комплексный анализ системы образования, основные показатели ее прогнозирования.
- 117 Место социального прогнозирования в системе управления.
- 118 Нормативно-правовая база социального прогнозирования.
- 119 Нормативный метод в социальном прогнозировании. Особенности разработки и применения.
- 120 Организация системы государственного прогнозирования социального развития.
- 121 Основные виды и типы прогнозов.
- 122 Основные источники финансирования социальной сферы, их прогнозирование
- 123 Основные методы и показатели прогнозирования социальных страт.
- 124 Основные направления социальной политики государства.
- 125 Основные функции и принципы социального прогнозирования.

- 126 Основные этапы формирования прогностического процесса.
- 127 Особенности социального прогнозирования на территориальном уровне управления.
- 128 Применение методов экономико-математического моделирования в социальном прогнозировании.
- 129 Прогнозирование демографического развития.
- 130 Прогнозирование доходов населения.
- 131 Прогнозирование развития жилищно-коммунального хозяйства.
- 132 Прогнозирование развития интеллектуального потенциала.
- 133 Прогнозирование развития отраслей социальной сферы (на конкретном примере).
- 134 Прогнозирование развития рынка труда
- 135 Прогнозирование развития системы здравоохранения.
- 136 Прогнозирование развития системы образования.
- 137 Прогнозирование развития социальной структуры общества
- 138 Прогнозирование развития торговли.
- 139 Прогнозирование состояния окружающей среды
- 140 Прогнозирование социальной защиты населения.
- 141 Программно-целевой метод в социальном прогнозировании. Особенности его разработки и применения в прогностике.
- 142 Система государственных прогнозов социального развития.
- 143 Система показателей социального развития и их использование в прогнозировании.
- 144 Социальная сфера как объект прогнозирования. Состав и структура социальной сферы.⁴
- 145 Социальные нормы и нормативы, их использование в прогнозировании социального развития.
- 146 Социальный прогноз как инструмент формирования социальной политики государства.
- 147 Сущность и роль социального прогнозирования в развитии общества.
- 148 Сущность, функции и принципы комплексного прогнозирования
- 149 Федеральные целевые социальные программы, особенности их разработки и реализации.
- 150 Формализованные методы прогнозирования. Особенности их использования в социальном прогнозировании.
- 151 Цели и задачи социальной политики государства.
- 152 Типовая методика составления прогноза.
- 153 Социальная диагностика в прогнозировании социальных процессов.
- 154 Требования к результатам прогнозирования. Техника использования результатов прогнозирования.
- 155 Современные зарубежные и отечественные концепции социально-проектной деятельности.
- 156 Объект и субъект социально-проектной деятельности.

- 157 Принципы социального проектирования.
- 158 Понятие социального проекта. «Нормальный» проект.
- 159 Понятие проекта. Формы его представления.
- 160 Понятие проекта. Классификации социальных проектов.
- 161 Понятие жизненного цикла проекта, его этапы.
- 162 Методы коллективной работы над проектом.
- 163 Проект как текст. Структура текстового описания проекта.
- 164 Защита и презентация проекта. Требования к ним.
- 165 Завершение работ и ликвидация проекта.
- 166 Понятие контроля в процессе реализации проекта. Его виды и функции.
- 167 Организационный механизм реализации проекта.
- 168 Понятие ресурсного обеспечения проектирования деятельности социальных служб. Виды ресурсов.
- 169 Процесс потребления ресурсов, его основные операции. Формы обеспечения ресурсами проектирования деятельности социальных служб.
- 170 Понятие правового обеспечения, нормативной базы проектирования деятельности социальных служб. Классификация норм.
- 171 Роль права в нормативном порядке. Правовой контроль как разновидность социального контроля.
- 172 Виды законодательных и нормативных документов.
- 173 Понятие информационного обеспечения проектирования деятельности социальных служб. Структура информационного обеспечения.
- 174 Ресурсное обеспечение проектирования деятельности организаций, учреждений и служб в области социальной работы.
- 175 Кадровое обеспечение проекта.
- 176 Понятие правового обеспечения, нормативной базы проектирования деятельности социальных служб. Их соотношения.
- 177 Определение политических технологий в работах отечественных политологов.
- 178 Типология политических технологий.
- 179 Этапы разработки и осуществления политических технологий.
- 180 Общая характеристика технологий политической деятельности.
- 181 Сфера применения политических технологий и сущность технологизации политической среды.
- 182 Понятие политического технологического процесса, его сущность.
- 183 Конкурентная среда управленческих отношений в политике.
- 184 Опосредованное и непосредственное политическое взаимодействие как основная составляющая политико-технологического процесса.
- 185 Специфика решения политико-технологических задач различными субъектами политического управления.
- 186 Политические партии как инициаторы и организаторы политических кампаний.

187 PR-службы в государственных структурах, основные направления их деятельности.

188 Неформальные группы, клиентелы в политике.

189 Общая характеристика информационно-политических технологий.

190 Классификация информации по различным основаниям: сферам общественной жизни, источникам поступления (внешняя и внутренняя), формам носителей, видам основных функций управления (прогнозная, регулятивная, контрольно-учебная и др.).

191 Управление политической информацией в виртуальном, информационном и событийном пространствах.

192 Техники и приемы интеграции политического продукта в результате полученной информации традиционным и оперативным способом.

193 Информационно – политические технологии на уровне интерактивного общения.

194 Информационные основы влияния на политические предпочтения человека.

195 Технологии «покорения СМИ».

196 Технологии проведения пресс-конференций, подготовки и рассылки пресс-релизов.

197 Технологии распространения политической информации в Интернет.

198 Основные разделы проекта политической кампании.

199 Основные требования к проекту: обоснованность, конкретность и лаконичность, ограниченность доступа.

200 Технологии управления мотивацией в политической кампании.

201 Технологии использования «болевых точек» воздействия на мотивационную сферу.

202 Технологии управления процессами структуризации политической кампании.

203 Технологии управления кризисными ситуациями в политических кампаниях.

204 «Грязные технологии» в политической борьбе, их отличительные признаки. Способы противостояния «грязным технологиям».

205 Алгоритмы конструирования имиджа политика.

206 Технологии продвижения персональных, социальных и символических качеств.

207 Понятие пропаганды и агитации.

208 Виды и общие принципы пропаганды.

209 Социально-психологические аспекты пропаганды.

210 Пропагандистское мастерство.

211 Проблемы эффективности пропаганды.

212 Роль и общие принципы политической рекламы.

- 213 Значение политического маркетинга в современных политических технологиях.
- 214 Технология избирательной кампании.
- 215 Подготовка избирательной кампании.
- 216 Стратегическое планирование избирательной кампании.
- 217 Оценка политической ситуации. Электоральные исследования.
- 218 Тактика предвыборной кампании.
- 219 Кандидат, его имидж и подготовка к выборам.
- 220 Штаб избирательной кампании: его функции и структура.
- 221 График избирательной кампании.
- 222 Работа с избирателями, политическими партиями и движениями.
- 223 Информация и пресса в избирательной кампании.
- 224 Контроль за ходом выборов.
- 225 День выборов.
- 226 Послевыборные исследования и подготовка к новым выборам.
- 227 Технологии политического лидерства.
- 228 Понятие и типологии политического лидерства.
- 229 Природа политического лидерства.
- 230 Структура политического лидерства.
- 231 Соотношение лидерства и руководства.
- 232 Конструирование имиджа политика: принципы, подходы, традиции.
- 233 Структура образа политика и организации в общественном сознании и СМИ: возможности социологического анализа и основные методы.
- 234 Партийные бренды и их судьба в современной России.
- 235 Информационные технологии в современном российском обществе.
- 236 Политическая коммуникация в информационном пространстве, медиа-менеджмент, медиа-планирование, политический маркетинг: общее и особенное.
- 237 Формы использования СМИ в политических технологиях.
- 238 Определение эффективности СМИ в избирательных кампаниях: телевидение, радио, газеты, Интернет.
- 239 Конструирование мифов как политическая технология.
- 240 Методы психотехнологий.
- 241 Манипулятивные технологии в политической и социальной сферах.
- 242 Манипуляция массовым сознанием как одна из проблем современного общества.
- 243 Роль СМИ и политической рекламы в манипуляциях общественным сознанием.
- 244 Технологии «цветных революций» и алгоритм смены политического режима.

245 . Административные технологии как манипуляционные технологии.

246 . Диалог и политическая аргументация в системе политического пространства.

247 . Паблик рилейшнз (далее – ПР): значение, содержание, история.

248 . Становление ПР как области знаний и сферы деятельности.

249 . Анализ определений ПР.

250 . Взаимоотношения ПР, рекламы и пропаганды.

251 . ПР и маркетинговые коммуникации.

252 . ПР и деловые коммуникации компании.

253 . Смысл понятий «общественность» и «связи».

254 . Субъекты и объекты ПР-деятельности.

255 . ПР и коммуникационный менеджмент.

256 . Различные модели ПР деятельности, цели и задачи ПР в современных условиях.

257 . Мировые и российские тенденции в ПР деятельности.

258 . ПР-деятельность в пространстве СМИ

259 . Массовые коммуникации и СМИ.

260 . Управление информацией: прямые и косвенные методы.

261 . Манипулирование информацией или способы инициирования собственной интерпретации фактов и событий.

262 . Цивилизованные приемы «сознательного манипулирования» информацией: умолчание, перестановка, привлечение авторитетного посредника, подгонка опросов и рейтингов, подбор цитат, эмоциональная подпитка, монтаж.

263 . Профессиональное владение технологиями манипулирования информацией для достижения главных задач ПР- кампании.

264 . Медиа-карта.

265 . Сегментация СМИ.

266 . Жанровые и тематические особенности различных изданий и программ.

267 . Правила общения с редакциями и журналистами.

268 . Планирование работы со СМИ и создание «потока новостей».

269 . Взаимодействие службы ПР с профессиональными объединениями журналистов в целях расширения обмена информацией.

270 . Внутренний и внешний уровни ПР в организации.

271 . Использование ПР в лоббистских целях

272 . Цели и задачи ПР-деятельности властных структур различного уровня.

273 . Функции и направления деятельности ПР служб государственных и муниципальных органов.

274 . Работа ПР структур с центральными и местными СМИ.

275 . Лоббирование интересов экономических субъектов во властных органах всех уровней.

276 Деятельность службы связей с общественностью в финансовой сфере.

277 ПР – деятельность общественных организаций. ПР в условиях избирательной кампании.

278 Работа с инвесторами и роль в ней информационного сопровождения. Значение работы с инвесторами.

279 Информационная деятельность компаний-эмитентов.

280 Организация программы отношений с инвесторами. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ.

281 Инструменты финансовых коммуникаций корпораций: годовой отчет, годовое собрание акционеров, специализированные средства финансовых коммуникаций.

282 Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.

283 Рейтинги инвестиционной привлекательности и инвестиционный климат.

284 ПР в кризисных ситуациях

285 Информационные технологии кризисного менеджмента.

286 Формализованный анализ потенциальных ЧП и план действий на случай кризиса.

287 Цели и задачи коммуникаций в период кризиса.

288 Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП.

289 Правила поведения компании в кризисной ситуации.

290 Версия как ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП.

291 Особенности восприятия информации в кризисной ситуации.

292 Технологии управления конфликтами и кризисами.

293 Проблемное управление как «мост между стратегическим планированием и планированием коммуникационной политики»; как анализ возможных кризисных последствий различных действий компаний и развития определенных общественных тенденций.

294 Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации.

295 Локальные приемы и механизмы управления конфликтами.

296 Псевдотехнологии в ПР. Возможности противодействия.

297 Основные правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ.

298 Основные принципы составления медиа — планов.

299 Виды медиа-программ: краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные.

300 Система приоритетов использования средств коммуникации.

301 «Обратная связь» с целевой (ключевой) аудиторией с помощью средств коммуникаций.

302 Использование СМИ в неформальных оперативных (вторичных) исследованиях: тематические или проблемные обзоры материалов в СМИ, пресс-клипинг, медиа-досье, Internet web — site.

303 Роль многотиражной «фирменной» прессы, электронных информационных бюллетеней и других видов коммуникаций во взаимоотношениях топ-менеджмента с персоналом.

304 Тактика налаживания эффективных двусторонних связей с профессиональными журналистскими организациями и объединениями (работа с журналистскими союзами, специализированными профессиональными ассоциациями, пресс-центрами т.д.).

305 Правовые нормы, этика и профессиональные стандарты «public relations», регламентирующие взаимоотношения со СМИ.

306 ПР как средство воздействия на процессы в экономической, социально-гуманитарной, управленческой сферах

307 ПР в системе маркетинговых коммуникаций. Иерархия целей и стратегий компании.

308 Коммуникативные и маркетинговые стратегии компании, их соотношение и взаимодействие.

309 Цели маркетинговых коммуникаций и цели ПР, их системное взаимодействие.

310 Модели коммуникации и способы их реализации.

311 ПР как эффективное средство управления репутацией (имиджем) компании. Целевые аудитории коммуникации. Корпоративная философия. Достижение эффективности внутренних коммуникаций и их информационное обеспечение.

312 Роль ПР в формировании культуры бизнеса.

313 Базовые ценности и «символы» корпорации.

314 Традиции купечества, западный опыт и современная практика формирования имиджа средствами ПР.

315 Имидж и корпоративные отношения.

316 Формирование имиджа фирмы.

317 Понятие теоретической выборки в исследованиях по методу «обоснованной теории»

318 Целенаправленная выборка в качественном исследовании. Принципиальные отличия от выборки для количественного исследования.

319 Характер получаемой информации в качественных социологических исследованиях

320 Результат качественного социологического исследования

321 Наблюдение как метод качественного социологического исследования

322 Область применения метода наблюдения.

323 Классификация видов наблюдения: стандартизированное и нестандартизированное, скрытое и открытое, полевое и лабораторное, включенное и невключенное.

324 Основные проблемы проведения наблюдения, плюсы и минусы метода.

325 Включенное стимулирующее наблюдение, включенное наблюдение за рутинными практиками.

- 326 Социальный эксперимент как качественный метод социологического исследования
- 327 Эксперимент в науке. Примеры социологических экспериментов.
- 328 Схема эксперимента.
- 329 Способы выравнивания групп. Внутренняя и внешняя валидность.
- 330 Типы экспериментов в социологии.
- 331 Возможности и ограничения метода.
- 332 Интервью в качественной парадигме социологических исследований
- 333 .Представление об "историческом времени" у Ф. Броделя.
- 334 Разновидности дискурсов в истории - политическая история, экономическая история, социальная история, интеллектуальная и культурная история.
- 335 Культура повседневности как вариант социальной истории.
- 336 Рассмотрение "всей истории" сквозь призму повседневного опыта человека.
- 337 Критерии выделения сферы повседневного опыта. Рутинное, неизменное, "бессознательное".
- 338 Место "нового", "необычного" в сфере повседневного опыта.
- 339 Традиции питания.
- 340 . Пища и напитки. Основные продукты, структура питания. Повседневная пища.
- 341 Праздничный стол. Ритуальная пища. Сервировка стола. Манеры.
- 342 Предметы культа. Магия. Фетишизм.
- 343 Вещь как средоточие памяти. Талисманы, сувениры
- 344 Вещь как отпечаток человеческого бытия.
- 345 Вещь в культуре 20 века.
- 346 Мода и ее особенности в современном обществе.
- 347 Образ социальной реальности в сознании российской молодежи
- 348 Восприятие повседневности в российском обществе
- 349 Влияние социального опыта на восприятие повседневности
- 350 Стереотипы восприятия повседневности в студенческой среде: гендерный аспект
- 351 Повседневные практики в России: состояние и проблемы
- 352 Повседневные трудовые практики как основа конструирования корпоративной культуры
- 353 Повседневные потребительские практики студентов
- 354 Российская политическая реальность: взгляд молодежи
- 355 Политическая реальность ЛНР: взгляд молодежи
- 356 Престиж образования в российском обществе
- 357 Сфера образования в России: взгляд молодежи
- 358 Отношение молодежной аудитории к коммерческой рекламе: состояние и проблемы

- 359 Восприятие политической рекламы в российском обществе: состояние и проблемы
- 360 Отношение к социальной рекламе в России: состояние и проблемы
- 361 Конструирование гендерных образов в рекламе
- 362 Восприятие имиджа политического деятеля: особенности и проблемы
- 363 Восприятие имиджа политического деятеля молодежной аудиторией
- 364 Доверие к политическим партиям в российском обществе: проблемы и пути их решения
- 365 Доверие к социальным институтам в российском обществе: проблемы и пути их решения
- 366 Доверие к СМИ в российском обществе: проблемы и пути их решения
- 367 Конструирование социальной реальности в СМИ: проблемы и пути их решения
- 368 Новости как элемент повседневной жизни современной молодежи
- 369 Конструирование социальной реальности в интернет-пространстве
- 370 Общение в интернет: особенности, проблемы, пути решения
- 371 Интернет-коммуникации как элемент повседневной жизни подростков
- 372 Компьютерные игры в повседневной жизни российской молодежи
- 373 Повседневная активность студенческой молодежи: направления, проблемы, пути совершенствования
- 374 Социальная адаптация первокурсников к университетской повседневности
- 375 Конфликты в студенческой группе: состояние, проблемы и пути их решения
- 376 Повседневные конфликты в организации: состояние, проблемы, перспективы
- 377 Семейно-брачные практики в российском обществе
- 378 Эмпирические исследования повседневности за рубежом: состояние, проблемы и пути совершенствования
- 379 Эмпирические исследования повседневности в России: состояние, проблемы и пути совершенствования
- 380 Повседневность как объект научного анализа. Повседневность – основа социальности.
- 381 Философские основания изучения повседневности: Э. Гуссерль и М. Хайдеггер.
- 382 Источники для изучения повседневной жизни людей в разные эпохи и их специфика, разнообразие и ограниченность источниковой базы.

- 383 Методы исследования социологии повседневности. Герменевтический, биографический методы.
- 384 Шюц А. о структуре повседневного мира.
- 385 Идея множественности реальностей и ее значение для социологии. «Области значений» (А. Шюц) и «порядки существования» (А. Гурвич).
- 386 Гофман И.: от драматургического подхода к фрейм-анализу
- 387 «Фрейм» как матрица событий и схема интерпретаций. Системы фреймов и их трансформации.
- 388 Гофман И. о «не-буквальных-мирах».
- 389 Современные подходы к повседневности: повседневная жизнь в контексте «практического поворота».
- 390 Теория практики от М. Хайдеггера до Л. Витгенштейна. История практик (Н. Элиас, М. Фуко).
- 391 Этнометодологический подход к повседневной жизни. Эксперименты Г. Гарфинкеля.
- 392 Школы «Анналов». Вклад в развитие социологии повседневности (Фернан Бродель, Марк Блок, Люсьен Февр)
- 393 Историческая социология Норберта Элиаса и исследования повседневности
- 394 Тела, объекты, пространства. Дж. Г. Мид о «манипулятивной зоне».
- 395 М. Фуко: дисциплинирование тела, организация пространства.
- 396 Акторно-сетевая теория Бруно Латура
- 397 Пространство и время повседневного мира в когнитивной социологии
- 398 Социальное время и социальное пространство как основные структуры жизненного мира. Динамика изменения времени и пространства в истории
- 399 Категория времени в исследовании повседневности, его восприятие людьми в разные исторические эпохи. Трудовое время, динамика его изменений. Свободное время. Досуг.
- 400 Гендерные аспекты изучения повседневности, различие представлений о мужском и женском началах.
- 401 Язык и общение в повседневном мире.
- 402 Власть и общество. Повседневность элиты и повседневная жизнь масс.
- 403 Правила и нормы, классификация правил повседневности. Их функции и значение в обществе и культуре.
- 404 Город и деревня в изучении социологии повседневности. Специфика современного мегаполиса.
- 405 Технические изобретения и изменения в повседневной жизни. Выбор и фрагментация жизненного мира.

- 406 Развитие массовой культуры – ее роль и функции. Значение комфорта и жизненной среды. Реклама, спорт, кино, мода. Новые технологические (интернет) ритуалы.
- 407 «Системы фреймов» (frameworks) и «системы сетей» (networks).
- 408 Обоснование появления социологии как науки в целом и политической социологии в частности.
- 409 Различие в общей и политической социологии.
- 410 Объект и предмет политической социологии.
- 411 Проблемные поля политической социологии.
- 412 Отличительные черты политологии и политической социологии.
- 413 Функции политической социологии.
- 414 Политическая социология Карла Маркса.
- 415 Детерминизм и принцип материалистического понимания истории.
- 416 Классы Маркса и классовая борьба.
- 417 Плюралистический подход Макса Вебера и его понимающая социология.
- 418 Категория бюрократии по М. Веберу.
- 419 Парадигма политической системы.
- 420 Входы и выходы политической системы и их функции.
- 421 Понятие обратной связи.
- 422 Открытые и закрытые системы.
- 423 Власть как объект социологической науки.
- 424 Понятие власти по Макс Веберу.
- 425 Основные черты власти.
- 426 Реляционистская концепция власти.
- 427 Структурно- функционалистские трактовки власти.
- 428 Объект и субъект власти.
- 429 Источники, основания и ресурсы власти.
- 430 Основные виды ресурсов современной политической власти.
- 431 Отличительные признаки политической власти.
- 432 Типология исторических форм политической власти М. Дюверже.
- 433 Понятие господства и авторитет.
- 434 Теория господства и легитимности власти Макса Вебера.
- 435 Традиционный (патриархальный), рациональный и харизматический типы господства.
- 436 Социологические теории политического участия.
- 437 Средовая теория политического участия С.Вербы и Н.Ни.
- 438 Модели политического участия С. Липсета и Д. Лернера.
- 439 Социально-психологические подходы политического участия.
- 440 Рациональное политическое участие и теория рационального выбора.
- 441 Социологическая модель электорального поведения С. Липсета и С. Роккана.

- 442 Исследование выборов П. Лазерсфельда
- 443 Социально-психологическая модель электорального поведения.
- 444 Исследования Мичиганский подход и основные факторы голосования.
- 445 Коммуникационный подход к изучению электорального поведения.
- 446 Манипулятивный фактор средств массовой информации.
- 447 Манипулятивный и антиманипулятивный подход.
- 448 Исследования электорального поведения в отечественной социологии.
- 449 Социологические исследования электорального поведения в царской России и современные разработки.
- 450 Политическая партия как объект социологического анализа.
- 451 Социологическая традиция исследования политических партий.
- 452 История возникновения политических партий и этапы становления политических партий (М. Вебер).
- 453 Технология и методы социологического исследования политической жизни.
- 454 Методы сбора и анализа данных.
- 455 Прогнозирование и его цель.
- 456 Основные методы политического прогнозирования.
- 457 Экзит-полл как экспресс метод прогнозирования результатов выборов.
- 458 Категория «парадигма» и парадигмальный подход. Дихотомия представлений.
- 459 Методологические ориентации современной социологии: детерминизм и конструктивизм.
- 460 Предпосылки появления политической социологии как науки. Основные работы Николо Макиавелли (Государь), Томаса Гоббса (Левиафан), Алексиса де Токвиля (Демократия в Америке).
- 461 Теория политических элит Гаэтано Моска.
- 462 Концепция циркуляции элит Вильфредо Паретто.
- 463 Железный закон олигархии Роберта Михельса.
- 464 Социальная природа политической власти.
- 465 Многомерная модель политической власти (С. Лукс).
- 466 Альтернативные традиции в понимании власти (Т. Парсонс, Х. Арендт, М. Фуко).
- 467 Основные формы и индикаторы политической власти.
- 468 Политический авторитет как форма власти. В
- 469 лияние на принятие непринятие политических решений и формирование политического сознания как формы политической власти.
- 470 Структурные основания политической власти.
- 471 Политическая власть и политические институты.
- 472 Индивидуальные и коллективные ресурсы политической власти.

- 473 Социальные группы и организации как субъекты политической власти.
- 474 Основные методы определения субъектов политической власти.
- 475 Политическое господство и его формы.
- 476 Основные теоретические перспективы в исследовании власти.
- 477 Политическая социология и практика политической жизни (характеристика участников политического процесса).
- 478 Определение понятия «участники политического процесса», «политическое поведение», «политическое участие» и «политические акции». Причины и основания участия индивида и групп в политическом процессе. Основные формы политического участия: прямое и опосредованное.
- 479 Понятие «симулякр». Источники, повышающие степень иллюзорности информационной среды.
- 480 Роль стереотипов и мифов в процессе манипулирования.
- 481 Манипуляция с информацией: основные приемы.
- 482 История развития социальных прогнозов
- 483 Социальное проектирование
- 484 Социальное программирование
- 485 Социальное планирование
- 486 Апробация вариантов развития
- 487 Принципы прогнозирования
- 488 Формы научного предвидения
- 489 Подходы к объяснению сущности прогнозирования
- 490 Отличительные особенности социального прогнозирования
- 491 Основные понятия социального прогнозирования: «прогностика», «прогноз», «прогнозирование», принципы «социального прогнозирования», «прогнозирование в социальной практике»
- 492 Цель прогнозирования
- 493 Функции прогнозирования
- 494 Интуитивные методы (индивидуальные и коллективные)