

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.10.2023 15:25:55  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82418

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Методология и методы социология маркетинга

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	39.04.01 Социология
Профиль	Социология маркетинга
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма(-ы) обучения	Очно-заочная

Учебная дисциплина «Методология и методы социология маркетинга» изучается в третьем семестре Модуль третий.

Курсовая работа/Курсовой проект –не предусмотрены

1.1. Форма промежуточной аттестации  
**экзамен**

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Методология и методы социология маркетинга» относится к обязательной части программы

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целями освоения обучения дисциплины «Методология и методы социология маркетинга» является формирование у студентов навыков научного мышления, обучение основам методологии, организации и методики проведения научно-исследовательской работы в области профессиональной деятельности.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

1.4. Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-2 Способен проводить фундаментальные и прикладные социологические исследования и представлять их результаты	ИД-ОПК--2.2 Анализ и развитие новых методов исследования применительно к задачам социологического исследования. Разработка стратегии управления социологическим исследованием

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1 Способен осуществлять организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	ИД-ПК-1.1 Анализ методических основ маркетинговых исследований, теории и практики маркетинговых исследований . Организация и (или) проведение изучения рынка услуг Формулирование задач, концепций и методов исследования рынка услуг.
ПК-2 Способен проводить социологические и маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-2.1 Применение теории и практики маркетинговых исследований. Предложение моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов

1.5. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения –	4	з.е.	144	час.
----------------------------------	---	------	-----	------