

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 12.10.2023 18:40:38  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab874e8

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Методология и методы социологии маркетинга

|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| Уровень образования   | магистратура                    |
| Направление подготовки  | 39.04.01 Социология             |
| Направленность (профиль)  | Социология маркетинга и рекламы |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 2 года                          |
| Форма обучения  | очная                           |

Учебная дисциплина «Методология и методы социологии маркетинга» изучается в третьем семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

третий семестр - экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

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

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Методология и методы социологии маркетинга» являются:

- понимание взаимодействия между социологией и маркетингом.
- овладение методологическими инструментами.
- проведение анализа потребительского поведения.
- разработка маркетинговых стратегий.
- исследования рынка и анализ конкурентной среды.
- креативное мышление в маркетинге и рекламе.
- формирование у обучающихся компетенции, установленной образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| Код и наименование компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции   |
|--|--|
| ОПК-2<br>Способен проводить фундаментальные и прикладные социологические исследования и представлять их результаты | ИД-ОПК-2.2<br>Анализ и развитие новых методов исследования применительно к задачам социологического исследования |
| ПК-1   | ИД-ПК-1.1  |

| Код и наименование компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции   |
|--|--|
| Способен осуществлять организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ       | Анализ методических основ маркетинговых исследований, теории и практики маркетинговых исследований. Изучение рынка услуг, формулирование задач, концепций и методов исследования |
| ПК-2<br>Способен проводить социологические и маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ИД-ПК-2.1<br>Применение теории и практики маркетинговых исследований. Предложение моделей и методов описания и объяснения социальных явлений и процессов                         |

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|                           |   |             |     |             |
|---------------------------|---|-------------|-----|-------------|
| по очной форме обучения – | 4 | <b>з.е.</b> | 144 | <b>час.</b> |
|---------------------------|---|-------------|-----|-------------|