

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2023 18:40:39
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0e1c5d414

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Педагогический практикум по 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 «Педагогический практикум по 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 «Педагогический практикум по социологии маркетинга» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Педагогический практикум по социологии маркетинга» являются:

–освоение методов сбора и анализа данных о потребительском поведении, мнениях и предпочтениях аудитории, а также оценка эффективности маркетинговых стратегий.

–приобретение практического опыта в разработке и проведении маркетинговых исследований, анализе данных, создании рекламных кампаний и адаптации стратегий под социокультурные особенности.

–формирование навыков планирования, организации и управления маркетинговыми проектами, а также способности адаптироваться к быстро меняющейся социальной среде.

–освоение методов применения социологических теорий и концепций для анализа потребительского поведения, выявления трендов и разработки целевых стратегий.

–подготовка к взаимодействию с заказчиками, коллегами и аудиторией, умение адекватно интерпретировать данные и передавать результаты исследований.

–проведение практических заданий и анализ реальных ситуаций в маркетинге и рекламе, что способствует углубленному пониманию профессиональной практики.

–рассмотрение вопросов этики и социальной ответственности в рекламе и маркетинге, формирование понимания социальных последствий своей деятельности.

–развитие навыков работы в команде, в том числе с коллегами из смежных областей, для эффективной разработки маркетинговых стратегий.

–развитие способности к систематическому анализу данных, выявлению тенденций и принятию обоснованных решений в маркетинговой деятельности.

–получение навыков и знаний, необходимых для успешного трудоустройства в области маркетинга, рекламы, исследований рынка и анализа данных.

–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-1 Способен обоснованно отбирать и использовать современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач	ИД-ОПК-1.1 Выбор информационно-коммуникационных технологий для постановки и решения профессиональных задач социологического исследования по поиску и обобщению социологических данных
	ИД-ОПК-1.2 Осуществление обоснованного выбора методов и, в необходимых случаях, программных средств для обработки социологической информации, проверки гипотез исследования и надежности полученных данных
ОПК-4 Способен применять при реализации профессиональной деятельности проектный подход, выстраивая деловую межкультурную коммуникацию и командную работу на принципах системного критического мышления, взаимодействия, самоорганизации и саморазвития	ИД-ОПК-4.1 Готовность к участию в дискуссиях на профессиональные темы, грамотное использование профессиональной терминологии. Навыки межличностного делового профессионального общения, в том числе с иностранными коллегами
ПК-1 Способен осуществлять организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ	ИД-ПК-1.3 Анализ современных образовательных технологий дополнительного образования детей и взрослых, психолого-педагогических и организационно-методических основ организации образовательного процесса по дополнительным образовательным программам

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	144	час.
---------------------------	---	------	-----	------