

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.06.2024 12:45:29
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad24090824

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Проектные технологии в социологии маркетинга и рекламы

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 «Проектные технологии в социологии маркетинга и рекламы» изучается в четвертом семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

четвертый семестр - зачет с оценкой

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Проектные технологии в социологии маркетинга и рекламы» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Проектные технологии в социологии маркетинга и рекламы» являются:

–развитие навыков создания, планирования и реализации проектов в области маркетинга и рекламы с использованием социологических инструментов и методов.

–анализирование рыночной среды, потребительского поведения и социальных тенденций для разработки эффективных маркетинговых стратегий и рекламных кампаний.

–разработка инновационных решений и креативные идеи в области маркетинга и рекламы, используя социологический подход.

–изучение проектных технологий может способствовать развитию навыков коллективной работы, коммуникации и взаимодействия в рамках маркетинговых и рекламных проектов.

–развитие умения анализировать и оценивать успешность проектов в маркетинге и рекламе с точки зрения социологических показателей и критериев.

–развитие навыков создания комплексных кампаний, объединяющих маркетинговые и социологические аспекты.

–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-4 Способен разрабатывать предложения и рекомендации для проведения социологической экспертизы и консалтинга	ИД-ОПК-4.2 Анализ рисков внедрения результатов социальных проектов и мероприятий
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

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------