

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:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2a0e3081

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Социологические методы исследования рынка в сетевой среде

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 «Социологические методы исследования рынка в сетевой среде» 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 «Социологические методы исследования рынка в сетевой среде» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Социологические методы исследования рынка в сетевой среде» являются:

- овладение социологическими методами исследования.
- изучение влияния сетевой среды на рынок.
- овладение методами сбора и анализа информации из сетевых источников, таких как социальные сети, форумы, блоги и др.
- изучение особенностей потребительского поведения и интеракций в онлайн-пространстве для разработки эффективных маркетинговых стратегий.
- разработка методов оценки эффективности различных форм онлайн-рекламы и их влияния на восприятие бренда и потребительское поведение.
- анализ современных трендов и инноваций в области маркетинга в сетевой среде и их влияния на рынок.
- овладение методами анализа данных из социальных медиа для выявления актуальных тем, мнений и настроений потребителей.
- освоение навыков разработки маркетинговых стратегий, оптимизированных для сетевой среды и адаптированных к особенностям онлайн-взаимодействия.
- овладение навыками применения социологических подходов и методов при проведении онлайн-исследований рынка.
- изучение методов анализа конкурентных действий и стратегий в онлайн-среде для разработки эффективных маркетинговых решений.
- 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 Способен разрабатывать предложения и рекомендации для проведения социологической экспертизы и консалтинга	ИД-ОПК-2.2 Анализ и развитие новых методов исследования применительно к задачам социологического исследования
ПК-2 Способен проводить социологические и маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИД-ПК-2.2 Разработка предложений по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании, консультирование по его проведению

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

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