

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.06.2024 12:45:28
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab824

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 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
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 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 –	4	з.е.	128	час.
---------------------------	---	-------------	-----	-------------