

Аннотация рабочей программы дисциплины «Социология маркетинга» для направления подготовки 39.03.01 Социология.

Направленность (профиль) образовательной программы - Социологические и маркетинговые исследования

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

ознакомление студентов с концептуальными основами социологии маркетинга и применением социологических методов в маркетинговых исследованиях.

Задачи изучения дисциплины:

- Изучение концептуальных основ социологии маркетинга;
- Формирование способности применять социологические методы в маркетинговых исследованиях.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способен к организации сбора данных при опросе общественного мнения	ИД-1ПК-1 Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии ИД-2ПК-1 Готовит методические документы для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей; ИД-3ПК-1 Готовит полный комплект отчётных материалов по этапу сбора информации
ПК-2. Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)	ИД-1ПК-2 Описывает проблемную ситуацию ИД-2ПК-2 Обосновывает актуальность проекта для решения поставленной проблемы ИД-3ПК-2 Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования

3. Содержание дисциплины

Маркетинг и социология маркетинга. Социологические методы в маркетинговых исследованиях. курсовая работа.