

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.08.01 «Социологические методы в маркетинговых исследованиях»**  
(код и наименование дисциплины)

**Направление подготовки/специальность 39.03.01 Социология**  
(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Объем трудоемкости: 5 з.е.**

**Цель дисциплины:**

Целью освоения дисциплины «Социологические методы в маркетинговых исследованиях» является развитие теоретико-методологических представлений и навыков самостоятельного эмпирического исследования и анализа внутренней и внешней маркетинговой среды коммерческой компании, социальной среды в сфере социального маркетинга, электорального поведения в аспекте решения задач политического маркетинга, а также реализации консалтинговой деятельности.

Изучение данной дисциплины в соответствии с ФГОС ВО необходимо для формирования у студентов практического понимания маркетинговой и консалтинговой деятельности, роли социологических методов в решении практических маркетинговых, политических и социальных задач; выработки компетенций, необходимых для работы в области маркетинговой и консалтинговой деятельности.

**Задачи дисциплины:**

- Сформировать у учащихся способность использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач, в т.ч. методы социологических исследований, основы маркетинга и рекламы, теорию потребительского поведения и т.д.;
- Выработать у учащихся навыки и способности анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в маркетинговой среде, включая социальную, экономическую, политическую, культурную среду и их основные динамические тенденции;
- Развить умение обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций для решения маркетинговых, социальных, политических, экономических и иных задач;
- Сформировать и развить способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб и консалтинговой деятельности;
- Развить способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической и консалтинговой деятельности;
- Развить способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП ВО**

В соответствии с учебным планом, ей предшествуют дисциплины, необходимые для ее изучения: «Введение в профессию», «Основы социологии», «Основы проектной деятельности», «Демография», «Логика», «Правоведение», «Психология», «Философия», «Экономическая теория», «Политология», «Экономическая социология», «Методы прикладной статистики для социологов», «Современные компьютерные технологии в анализе социологической информации», «Методология и методы социологического

исследования», «Социальная психология», «Основы научно-исследовательской работы», «Теория измерений и анализ данных в социологии», «Социология общественного мнения», «Основы менеджмента и управления персоналом».

**Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-3, ПК-2

**Основные разделы дисциплины:** теоретико-методологический, организационно-процедурный.

**Курсовые работы:** не предусмотрена

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен

Автор И.Б. Кантемирова