

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
Б1.В.14 «Социология маркетинга»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 3 з.е.

Цель дисциплины:

формирование основополагающих знаний по социологии маркетинга и формирование представлений о развитии рынка как о социальном процессе.

Задачи дисциплины:

- овладеть категориальным аппаратом социологии маркетинга, методологией и инструментарием исследования экономических и рыночных явлений и процессов;
- приобрести умения анализировать поведение экономических / рыночных субъектов, потребительских и деловых рынков и общества в целом;
- ознакомиться с основными маркетинговыми инструментами и приемами их применения в современном обществе;
- сформировать компетенции, необходимые в профессиональной деятельности бакалавра по направлению Социология.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Социология маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с учебным планом, ей предшествуют дисциплины, необходимые для ее изучения: «Основы социологии», «Экономика».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов	
ИОПК-2.1 Находит, анализирует и представляет фактические данные, готовит аналитическую информацию об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях.	Знает методы сбора и анализа, способы представления фактических данных, правила подготовки аналитической информации об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях.
	Умеет находить, анализировать и представлять фактические данные, готовить аналитическую информацию об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях.
	Владеет навыками сбора, анализа и представления фактических данных, подготовки аналитической информации об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях.
ИОПК-2.2 Описывает социальные исследования и процессы на основе объективной безоценочной интерпретации эмпирических данных.	Знает способы описания социальных исследований и процессов на основе объективной безоценочной интерпретации эмпирических данных.
	Умеет описывать социальные исследования и процессы на основе объективной безоценочной интерпретации эмпирических данных.
	Владеет навыками описания социальных исследований и процессов на основе

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
	объективной безоценочной интерпретации эмпирических данных.
ИОПК-2.3 Объясняет социальные явления и процессы на основе концепций и объяснительных моделей социологии.	Знает концепции и объяснительные модели социальных явлений и процессов в социологии.
	Умеет объяснять социальные явления и процессы на основе концепций и объяснительных моделей социологии.
	Владеет навыками объяснения социальных явлений и процессов на основе концепций и объяснительных моделей социологии.
ОПК-3 Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения	
ИОПК-3.1 Операционализирует задачи конкретного социологического исследования.	Знает принципы операционализации задач конкретного социологического исследования.
	Умеет операционализировать задачи конкретного социологического исследования.
	Владеет навыками операционализации задач конкретного социологического исследования.
ИОПК-3.2 Предлагает пути проверки задач и гипотез исследования.	Знает пути проверки задач и гипотез исследования.
	Умеет проверять задачи и гипотезы исследования.
	Владеет навыками проверки задач и гипотез исследования.
ИОПК-3.3 Разрабатывает программные и методические документы социологического исследования.	Знает принципы разработки программных и методических документов социологического исследования.
	Умеет разрабатывать программные и методические документы социологического исследования.
	Владеет навыками разработки программных и методических документов социологического исследования.
ИОПК-3.4 Решает организационные и методические вопросы сбора информации в соответствии с поставленными задачами и методической стратегией исследования; контролирует сбор социологических данных.	Знает организационные и методические принципы и методы сбора информации в соответствии с поставленными задачами и методической стратегией исследования; знает правила и методы контроля сбора социологических данных.
	Умеет решать организационные и методические вопросы сбора информации в соответствии с поставленными задачами и методической стратегией исследования; умеет контролировать сбор социологических данных.
ИОПК-3.5 Оформляет научно-техническую документацию на всех этапах исследования.	Знает принципы и правила оформления научно-технической документации на всех этапах исследования.
	Умеет оформлять научно-техническую документацию на всех этапах исследования.
	Владеет навыками оформления научно-технической документации на всех этапах исследования.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретический: базовые понятия и процессы	53	20	8	-	25
2.	Практический: маркетинговые исследования и маркетинговые коммуникации	52,8	12	10	-	30,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	105,8	32	18	-	55,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	55,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: не предусмотрена**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

Автор к.соц.н., доцент И.Б. Кантемирова