

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 25.09.2023 16:33:12
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8850e7b41cc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:
Руководитель ООП:
Михайлов В.А.
Михайлов В.А.
29.06.2023г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**Социологические методы
в маркетинговых исследованиях**

Направление подготовки
39.03.01 Социология

Профиль
Социология управления и организаций

Для студентов 4 курса
очной формы обучения

Составитель:
Д.филос.н., профессор
Михайлов В.А.

Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цели и задачи дисциплины

Главной целью учебного курса «Социологические методы в маркетинговых исследованиях» является ознакомление с практикой применения социологических методов в маркетинговых исследованиях, овладение основным набором инструментария маркетинговых исследований.

Основные задачи курса:

- приобретение знаний о путях развития маркетинговых исследований и их современном состоянии;
- освоение студентами основных социологических методов, применяемых в маркетинговых исследованиях;
- формирование навыков разработки основных материалов маркетингового исследования (программа, инструментарий, рабочий план, процедуры и т.д.), приобретения опыта самостоятельной сбора и обработки массивов данных, представления результатов маркетингового исследования.

3. Место дисциплины в структуре ООП

Данный курс представляет собой дисциплину по выбору части учебного плана образовательной программы по направлению 39.03.01 Социология, формируемой участниками образовательных отношений.

Место и роль данной учебной дисциплины в основной образовательной программе состоит в том, что курс «Социологические методы в маркетинговых исследованиях» имеет практическую и прикладную направленность в профессиональной подготовке выпускника по данной образовательной программе.

Данный курс опирается на знания, умения и навыки, приобретенные студентами в рамках таких дисциплин, как «Основы социологии», «Методология и методы социологического исследования» и др.

В результате освоения предшествующих дисциплин обучающийся должен обладать знаниями в области общей маркетинга, рекламы и т.д., иметь представление о методике социологических исследований, быть готовым применить имеющиеся знания к освоению новых предметных областей.

Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для таких видов учебной работы, как производственная практика и др.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 часов.

В том числе:

контактная работа: лекции - 17 часов,

практические занятия - 17 часов,

контактная внеаудиторная работа:

контроль самостоятельной работы - 20 часов,

самостоятельная работа: 99 часов,

контроль: 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен к организации сбора данных при опросе общественного мнения ПК-2 Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)	ПК-1.2 – Готовит методические документы для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей; ПК-1.3 – Готовит полный комплект отчетных материалов по этапу сбора информации; ПК-2.2 – Обосновывает актуальность проекта для решения поставленной проблемы

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен, 7 семестр.

6. Язык преподавания - русский.