

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Исакович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 01.06.2023 16:32:06

Уникальный программный ключ:

46f7031a704694b04e71187e77726331d75a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Социология маркетинга и рекламы
Краткое содержание	Социологические концепции маркетинга. Рынок как объект исследования социологии. Общество потребления как фактор развития маркетинга. История маркетинга. Сущность маркетинговой деятельности компании. Виды маркетинга. Реклама как элемент маркетинговой деятельности. Вилы и особенности рекламы. Понятие маркетингового исследования. Цели и задачи, маркетинговых исследований. Объекты маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы. Социологические основы рекламной деятельности. Количественная и качественная методология маркетингового исследования. Цели и задачи, маркетинговых исследований. Объекты маркетинговых исследований. Маркетинговая информация: виды, источники, способы сбора. Формы и методы маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговых исследований. Характеристика этапов проведения маркетинговых исследований. Проблема выбора методов маркетинговых исследований. Методы сбора маркетинговой информации. Эксперимент в маркетинговых исследованиях. Конъюнктурный анализ рынков товаров и услуг. Жизненный цикл товаров и услуг. Анализ конкурентов. Promotion-анализ. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях. Методы прогнозирования спроса и объема продаж товаров. SWOT-анализ и сегментация рынков. Маркетинговые информационные системы. Маркетинговый план. Количественная и качественная методология маркетингового исследования. Возможности и процедура контент-анализа. Ивент-анализ в современных маркетинговых исследованиях. Методы онлайн исследования. Формирование исследовательской стратегии качественными методами. Виды интервью и их особенности. Метод фокус-групп в маркетинговом исследовании. Использование визуальной информации в маркетинговых исследованиях.
Результаты освоения дисциплины	Используя практические навыки социологического исследования, проводит интерпретацию результатов социологического исследования, описание и объяснение социальных процессов и явлений; интерпретирует количественные и текстовые данные результатов исследования; проводит моделирование и прогнозирование рыночной ситуации; применяет результаты исследования для формулирования управленческих предложений и задач. Используя практические навыки социологического исследования, анализирует рыночную ситуацию; поведение участников потребительского рынка; разрабатывает техническое задание и инструментарий маркетинговых исследований; применяет методы социологии для маркетингового исследования.
Трудоемкость, з.е.	6
Формы отчетности	Зачет с оценкой, курсовая работа

Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 141 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: https://www.iprbookshop.ru/83809.html (экземпляров неограниченно). 2. Лопатина, Н. В. Социология маркетинга: учебное пособие. – Москва: Академический проект, 2020. – 303 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: https://www.iprbookshop.ru/110097.html (экземпляров неограниченно) 3. Шабашова, Л. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие. – Симферополь: Университет экономики и управления, 2019. – 160 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: https://www.iprbookshop.ru/89492.html (экземпляров неограниченно)
Дополнительная литература	1. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования: практикум. 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2020. – 215 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: https://www.iprbookshop.ru/110952.html (экземпляров неограниченно) 2. Пономарева, Т. Н. Информационные системы маркетинга: учебное пособие. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2015. – 244 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: https://www.iprbookshop.ru/66656.html (экземпляров неограниченно) 3. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие для вузов. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 303 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: https://www.iprbookshop.ru/71235.html (экземпляров неограниченно) 4. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга: учебник. 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2021. – 614 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: https://www.iprbookshop.ru/107812.html (экземпляров неограниченно)