

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего профессионального образования**  
**«Липецкий государственный педагогический университет**  
**имени П.П. Семенова-Тян-Шанского»**

**Образовательная программа**

Направление: 39.03.01 Социология  
Профиль: Социология организаций и управления  
Квалификация: бакалавр  
Форма обучения: очная  
Срок обучения: 4 года

Год начала подготовки: 2016 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины**  
***Социологические исследования в маркетинге***

**1. Цель дисциплины:**

Цель освоения дисциплины «Социологические исследования в маркетинге» - ознакомить будущих социологов с социологическими аспектами планирования и управления сбытом продукции, ориентированными на удовлетворение потребностей клиентуры и получение прибыли, а также привить практические навыки в проведении социологических маркетинговых исследований и принятии маркетинговых решений

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

Дисциплина реализуется в рамках вариативной части.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<b>Коды компетенций</b>	<b>Результаты освоения ООП</b>
ПК-5	способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб
ПК-15	способность планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей

В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать:** основные принципы, функции, организационные формы и структуры маркетинга; социологические модели поведения потребителей и способы воздействия на него; социологические аспекты основных форм и методов продвижения товаров на рынке; владеет основами рекламной деятельности.

**уметь:** выполнять социологические маркетинговые исследования, включающие сегментирование рынков сбыта по предлагаемым характеристикам продукции, определение целевых сегментов и объема потенциального спроса; анализ запросов клиентуры и оптимизацию этих характеристик, разработать программу исследования с обоснованием адекватности предлагаемых выборок для решения поставленной

исследовательской задачи; анализировать и выполнять социальное прогнозирование состояния рынка, выявлять социологические аспекты требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, социологическими методами формировать потребительский спрос и прогнозировать объемы продаж, выбирать каналы распределения и разрабатывать социальные технологии по их реализации, организовывать системы товародвижения и продаж, определять оптимальные сроки выхода на рынок новых видов услуг.

**владеть:** системой знаний о механизмах и инфраструктуре рыночной экономики; навыками использования фундаментальных социологических знаний на практике.

#### 4. Объём дисциплины по видам учебных занятий

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц (108 часов). В том числе контактная работа 36 часов. Из них: самостоятельная работа: 72 часа.

#### 5. Семестры:

Семе стр	Трудоёмкость												Контроль		
	Зач. ед.	Часов всего	контактная работа	Лекции		груп. и семина ры		мал. гр. и лаб. занятия		Индиви ду. занятия		самостоятельн ая работа	Контрольные работы	оценкой, экзамен курсовые работы	
				Ауд.	КСР	Ауд.	КСР	Ауд.	КСР	Ауд.	КСР				
6	3	108	36	18		18						72		0	

\* 3 – зачет, 0 – зачет с оценкой, Э - экзамен

#### 6. Основные разделы дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины
1	Развитие маркетинга.
2	Основные приемы маркетинга.
3	Комплекс маркетинга.
4	Социологическая информация в маркетинге и социологические маркетинговые исследования.
5	Социологический анализ поведения потребителей на рынке товаров и услуг.
6	Социологический анализ рынка и конкурентоспособности фирмы.
7	Социальные технологии управления каналами распределения.

#### 7. Автор(ы) (ФИО, должность, ученое звание):

Казакова Н.М. ст.преподаватель