

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 27.01.2021 09:27:49

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffaf0ee3de75a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра социологии

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины

Социологические методы маркетинговых исследований

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Профиль подготовки: Социология социокультурных изменений

Квалификация: бакалавр

Факультет философии, социологии и культурологии

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	10			
Неделя	10			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	10	10	10	10
Практические	40	40	40	40
В том числе инт.	14	14	14	14
Итого ауд.	50	50	50	50
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	58	58	58	58
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины Социологические методы маркетинговых исследований / сост. кандидат социол. наук, доцент, Пасовец Юлия Михайловна; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 ноября 2015 г. № 1328 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 14 декабря 2015 г. № 40081)

Рабочая программа дисциплины "Социологические методы маркетинговых исследований" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 39.03.01 Социология профиль Социология социокультурных изменений

Составитель(и):

кандидат социол. наук, доцент, Пасовец Юлия Михайловна

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	приобретение знаний и умений по осмыслению роли эмпирических исследований в маркетинге, методологии маркетингового исследования, специфике и содержанию социологических методов в маркетинговых исследованиях; развитие способности к самостоятельному использованию методов социологического исследования при решении профессиональных задач; формирование общекультурных и профессиональных компетенций
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.12
--------------------	------------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности****Знать:**

- особенности маркетинговых исследований, их структуру и процесс
- специфику внешней среды маркетинга и конкуренции, сегментирования, дифференциации и позиционирования в маркетинге, продуктов, их жизненного цикла и их тестирования, потребления, ценовой и сбытовой политики компаний, розничной и оптовой торговли

Уметь:

- характеризовать структуру и процесс маркетинговых исследований
- анализировать внешнюю среду и условия конкуренции, сегментирование, дифференциация и позиционирование в маркетинге, специфику продукта и его жизненного цикла, потребление и его факторы, используя социологические методы

Владеть:

- навыками применения знаний о маркетинговых исследованиях, специфике внешней среды маркетинга и конкуренции, сегментирования, дифференциации и позиционирования в маркетинге, продуктов, их жизненного цикла и их тестирования, потребления, ценовой и сбытовой политики компаний, розничной и оптовой торговли при решении практических задач маркетинга

ПК-5: способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб**Знать:**

- специфику использования отдельных социологических методов в маркетинговых исследованиях и маркетинговом прогнозировании
- возможности применения опыта эмпирической социологии в сборе, обработке, анализе данных и представлении результатов в маркетинговых исследованиях

Уметь:

- применять знания и методический аппарат социологии при разработке методологии конкретного маркетингового исследования, сборе и анализе эмпирических данных
- применять знания и методический аппарат социологии при планировании и осуществлении проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб

Владеть:

- навыками применения знаний по социологии и методологии и методам социологического исследования при решении практических задач маркетинга

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
-------------	-----------------------------	-------------	----------------	-------	-----------

	Раздел 1. Раздел 1. Маркетинг и маркетинговые исследования	Раздел			
1.1	Маркетинг. Основные категории, виды и функции маркетинга	Лек	8	2	2
1.2	Маркетинг. Основные категории, виды и функции маркетинга	Пр	8	2	0
1.3	Маркетинг. Основные категории, виды и функции маркетинга	Ср	8	5	0
1.4	Междисциплинарный характер современного маркетинга. Взаимовлияние маркетинга и социологии	Пр	8	2	2
1.5	Междисциплинарный характер современного маркетинга. Взаимовлияние маркетинга и социологии	Ср	8	5	0
1.6	Школы маркетинга. Значение социально-направленных школ маркетинга для формирования новой теории маркетинга	Лек	8	2	2
1.7	Школы маркетинга. Значение социально-направленных школ маркетинга для формирования новой теории маркетинга	Пр	8	4	0
1.8	Школы маркетинга. Значение социально-направленных школ маркетинга для формирования новой теории маркетинга	Ср	8	5	0
1.9	Процесс маркетинговых исследований	Лек	8	1	0
1.10	Процесс маркетинговых исследований	Пр	8	4	0
1.11	Процесс маркетинговых исследований	Ср	8	5	0
1.12	Применение социологических методов в маркетинговых исследованиях	Пр	8	6	2
1.13	Изучение внешней среды маркетинга и конкуренции	Лек	8	1	0
1.14	Применение социологических методов в маркетинговых исследованиях	Ср	8	5	0
	Раздел 2. Раздел 2. Социологические методы в маркетинговых исследованиях	Раздел			
2.1	Изучение внешней среды маркетинга и конкуренции	Пр	8	4	2
2.2	Изучение внешней среды маркетинга и конкуренции	Ср	8	5	0
2.3	Сегментирование, дифференциация и позиционирование в маркетинге	Лек	8	1	0
2.4	Сегментирование, дифференциация и позиционирование в маркетинге	Пр	8	4	2
2.5	Сегментирование, дифференциация и позиционирование в маркетинге	Ср	8	5	0
2.6	Тестирование продуктов. Жизненный цикл продукта и его исследование	Лек	8	1	0
2.7	Тестирование продуктов	Пр	8	2	0
2.8	Тестирование продуктов	Ср	8	5	0
2.9	Жизненный цикл продукта и его исследование	Лек	8	0	0
2.10	Жизненный цикл продукта и его исследование	Пр	8	2	0
2.11	Жизненный цикл продукта и его исследование	Ср	8	5	0

2.12	Изучение процессов принятия решения потребителем и факторов влияния на поведение потребителей	Лек	8	1	0
2.13	Изучение процессов принятия решения потребителем и факторов влияния на поведение потребителей	Пр	8	4	2
2.14	Изучение процессов принятия решения потребителем и факторов влияния на поведение потребителей	Ср	8	5	0
2.15	Исследования в рамках ценовой и сбытовой политики компаний	Лек	8	1	0
2.16	Исследования в рамках ценовой и сбытовой политики компаний	Пр	8	4	0
2.17	Исследования в рамках ценовой и сбытовой политики компаний	Ср	8	4	0
2.18	Исследования в сфере розничной и оптовой торговли	Пр	8	2	0
2.19	Исследования в сфере розничной и оптовой торговли	Ср	8	4	0
2.20	Промежуточная аттестация (зачет)	Зачёт	8	0	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей аттестации одобрены на заседании кафедры социологии и политологии 30 марта 2017 года, протокол № 8, и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для промежуточной аттестации одобрены на заседании кафедры социологии и политологии 30 марта 2017 года, протокол № 8, и являются приложением к рабочей программе дисциплины.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Коротков А. В. - Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/D79D0AA2-3D3F-4C2F-8053-D02F9E410EEF	1
Л1.2	Галицкий Е. Б. - Маркетинговые исследования. Теория и практика: Учебник для вузов - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/E8F38655-2FD2-4638-9998-ADA18043DDC3	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Климантова Г. И., Черняк Е. М., Щегорцов А. А. - Методология и методы социологического исследования: Учебник для бакалавров - Москва: Дашков и К, 2015.	http://www.iprbookshop.ru/24752	1
Л2.2	Коротков А. В. - Маркетинговые исследования: Учебное пособие - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.	http://www.iprbookshop.ru/10519	1
Л2.3	Максименко А. А., Пичугина Е. Г. - Маркетинговые исследования в сфере розничной торговли - Кострома: КГУ им. Н. А. Некрасова, 2013.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275641	1
Л2.4	Веденьков И. Б. - Маркетинговые исследования и маркетинговые информационные системы в компании - Москва: Лаборатория книги, 2012.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140555	1

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows 7 – Open License: 47818817
7.3.1.2	7-Zip – Свободная лицензия GNU LGPL
7.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC – Бесплатное программное обеспечение
7.3.1.4	Google Chrome – Свободная лицензия BSD

7.3.1.5	MsOffice Professional 2007 – Open License: 43136274
7.3.1.6	
7.3.1.7	
7.3.1.8	
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
7.3.2.1	Электронная библиотечная система «Научная библиотека КГУ». – Режим доступа: http://www.lib.kursksu.ru/
7.3.2.2	Электронно-библиотечная система IPRBooks. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.3	Электронная библиотека Юрайт. – Режим доступа: http://www.biblio-online.ru/
7.3.2.4	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». – Режим доступа: http://www /biblioclub.ru/
7.3.2.5	Российский образовательный портал. – Режим доступа: http://www.school.edu.ru/default.asp
7.3.2.6	Федеральная университетская компьютерная сеть России. – Режим доступа: http://www.runnet.ru/
7.3.2.7	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам". – Режим доступа: http://window.edu.ru/
7.3.2.8	Научная электронная библиотека. – Режим доступа: http://elibrary.ru
7.3.2.9	Университетская информационная система «Россия». – Режим доступа: http://uisrussia.msu.ru
7.3.2.10	Российская Государственная Библиотека. – Режим доступа: http://www.rsl.ru/
7.3.2.11	Научная библиотека Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова. – Режим доступа: http://www.lib.msu.su/index.html
7.3.2.12	Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университета. – Режим доступа: http://www.lib.pu.ru
7.3.2.13	Институт социологии РАН. – Режим доступа: http://www.isras.ru .
7.3.2.14	Институт социально-политических исследований РАН. – Режим доступа: http://www.ispr.ras.ru
7.3.2.15	Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – Режим доступа: http://www.wciom.ru
7.3.2.16	Фонд «Общественное мнение». – Режим доступа: http://www.fom.ru .
7.3.2.17	Центр социологических исследований МГУ им. М.В. Ломоносова. – Режим доступа: http://www.opinio.msu.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000 г. Курск, ул. Радищева, д. 29, 329
7.2	Стул ученический – 39 шт.
7.3	Стол ученический двухместный – 19 шт.
7.4	Доска аудиторная – 1 шт.
7.5	Телевизор LG – 1 шт.
7.6	Жалюзи вертикальные - 4 шт.
7.7	Учебная аудитория для проведения самостоятельной работы, 305000 г. Курск, ул. Радищева, д. 29, 325
7.8	Монитор Acer 17 – 2 шт.
7.9	Стол офисный однотумбовый прямой – 1 шт.
7.10	Стул ученический – 2 шт.
7.11	Системный блок Samuel 2 – 2 шт.
7.12	Антенна D-Link ANT24-1201 Wi-Fi – 1 шт.
7.13	Доска наст. ДН-11 мел – 1 шт.
7.14	Жалюзи вертикальные – 3 шт.
7.15	Шкаф - 1шт.
7.16	Кондиционер - 1 шт.
7.17	Коммутатор D-Link DES-1008A 8 портов – 1 шт.
7.18	Кресло рабочее поворотное-подъемное Chairman CH661 – 15 шт.

7.19	Сетевой адаптер Wi-Fi108 – 7 шт.
7.20	Стол компьютерный – 12 шт.
7.21	Компьютер в составе Celeron420 – 10 шт.
7.22	Microsoft Windows 7 – Open License: 47818817
7.23	7-Zip – Свободная лицензия GNU LGPL
7.24	Adobe Acrobat Reader DC – Бесплатное программное обеспечение
7.25	Google Chrome – Свободная лицензия BSD
7.26	MsOffice Professional 2007 – Open License: 43136274

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендации по подготовке к занятиям

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания кафедры. Студентам необходимо перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Студентам следует: приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию; до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей теме занятия. В ходе практического занятия давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов; на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проблем, ситуаций, обсуждаемых на занятии, в случае затруднений обращаться к преподавателю. Студентам, пропустившим занятия, не подготовившимся к данному практическому занятию, рекомендуется явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме, изучавшейся на занятии.

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Зачет представляет собой форму промежуточной аттестации, предполагающие оценку итогов изучения студентом и его активности в процессе изучения дисциплины.

Зачет проходит в форме собеседования. Практико-ориентированные задания предлагаются в качестве дополнительных вопросов.

Студентам, прошедшим успешно текущую аттестацию, выполнившим все контрольные работы, активно участвовавшим в обсуждениях, дискуссиях, не допустившим в течение семестра пропусков занятий, зачет выставляется без собеседования.

Методические указания утверждены протоколом № 1 заседания кафедры от 29 августа 2016 года.