

**Аннотация к рабочей программе  
дисциплины «Анализ рынков в социологических и маркетинговых  
исследованиях»**

**Направление подготовки:** 39.03.01 «Социология»

**Направленность (профиль):** «Экономическая социология и маркетинг»

**Квалификация выпускника:** бакалавр

**Цель освоения дисциплины:** приобретение знаний, умений и навыков проектирования и проведения социологических и маркетинговых исследований рынка.

**Объем дисциплины:** 3 з.е. (108 часов)

**Семестр:** 7

**Краткое содержание основных разделов дисциплины:**

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Анализ внешней среды. Программа, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования в анализе рынка.	Анализ внешней среды организации. Анализ факторов внешней среды. Программа, инструментарий проекта социологического и маркетингового исследования в анализе рынка.
2	Анализ конкурентов.	Анализ конкурентов. Анализ маркетинговой стратегии конкурентов.
3	Матрица GE/McKinsey. SWOT-анализ. Способы и методы описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования при разработке подготовке аналитической отчетности.	Матрица GE/McKinsey. Алгоритм построения матрицы GE. Алгоритм построения матрицы McKinsey. SWOT-анализ. Способы и методы описания результатов статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования при разработке подготовке аналитической отчетности.
4	Анализ спроса и оценка рынка.	Анализ спроса, оценка рынка с позиции социологии и маркетинга. Позиционирование на рынке
5	Консультации, сдача и защита Курсовой работы	Примерная тематика курсовых работ: 1. Использование социологических и маркетинговых исследований при анализе рынка услуг (на примере). 2. Социологический и маркетинговый анализ отечественного рынка России (на примере). 3. Маркетинговый анализ рынка за рубежом (на примере страны/стран). 4. Анализ рынка услуг (на примере). 5. Роль социологических и маркетинговых исследований в анализе рынка (на примере). 6. Анализ рынка услуг на материалах социологических и маркетинговых исследований (на примере)

		<ol style="list-style-type: none"><li>7. Анализ рынка продукции на материалах социологических и маркетинговых исследований (на примере).</li><li>8. Анализ социологических и маркетинговых исследований рынка услуг (на примере).</li></ol>
--	--	---

**Форма промежуточной аттестации:** защита курсовой работы, зачет с оценкой.