

**Аннотация к рабочей программе
дисциплины «Социологическое сопровождение маркетинговых
кампаний»**

Направление подготовки: 39.03.01 «Социология»

Направленность (профиль): «Экономическая социология и маркетинг»

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: формирование теоретического мышления студентов, освоение ими фундаментальных теорий и методологии прикладных социологических исследований **в процессе социологического сопровождения маркетинговых кампаний.**

Объем дисциплины: 3 з.е. (108 часов)

Семестр: 8

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Обоснование возможности и необходимости социологического сопровождения маркетинговых кампаний в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения.	Обоснование возможности и необходимости социологического сопровождения маркетинговых кампаний в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения.
2	Виды маркетинговых кампаний в рамках подготовки проектного предложения для проведения социологического исследования. Составные элементы маркетинговой кампании. Этапы маркетинговой кампании. Основы успешной маркетинговой кампании	Виды маркетинговых кампаний в рамках подготовки проектного предложения для проведения социологического исследования. Составные элементы маркетинговой кампании. Этапы маркетинговой кампании. Основы успешной маркетинговой кампании
3	Маркетинговая информационная система в области экономической социологии и маркетинга, и проведения социологического и маркетингового исследования. Обеспечение эффективной ориентации маркетинговых информационных систем на рынок.	Маркетинговая информационная система в области экономической социологии и маркетинга, и проведения социологического и маркетингового исследования. Обеспечение эффективной ориентации маркетинговых информационных систем на рынок.
4	Спектр социологических исследований и разработка аналитической отчетности социологических и маркетинговых	Управленческие практики деятельности маркетинговых служб. Спектр социологических исследований и разработка аналитической отчетности социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной

	исследований в профессиональной проектной деятельности.	деятельности.
--	---	---------------

Форма промежуточной аттестации: экзамен.