

**Аннотация к рабочей программе  
дисциплины «Организация социологических и маркетинговых  
служб на предприятии энергетической отрасли»**

**Направление подготовки:** 39.03.01 «Социология»

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

**Квалификация выпускника:** бакалавр

**Цель освоения дисциплины:** приобретение знаний в области организации, проектирования работы социологической и маркетинговой службы на предприятии энергетической отрасли.

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

**Семестр:** 6

**Краткое содержание основных разделов дисциплины:**

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Введение в курс «Организация социологических и маркетинговых служб на предприятии энергетической отрасли»	Организация как система и процесс. Принципы построения маркетинговой службы предприятия. Кадровое планирование социологических и маркетинговых служб. Нормативно-методическое регулирование работы социологических и маркетинговых служб. Структура и признаки организации как системы и процесса. Принципы и схемы построения маркетинговой службы предприятия. Кадровое планирование социологических и маркетинговых служб на предприятии. Нормативно-методическое и документационное регулирование работы социологических и маркетинговых служб.
2	Социологическая служба предприятия. Структура, способы формирования методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей.	Задачи и функции социологической службы на предприятии. Предназначение и функции социологической службы на предприятии. Требования к специалистам социологической службы. Структура, способы формирования методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации: интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей.
3	Организация службы маркетинга. Структура и алгоритм формирования документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования.	Задачи и функции маркетинговой службы в организациях энергоотрасли. Предназначение и функции маркетинговой службы на предприятии. Организация маркетинговой службы на предприятии. Требования к специалистам маркетинговой службы. Структура и алгоритм формирования документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового

		исследования.
4	Управление маркетинговой и социологической службой на предприятии. Содержание и алгоритм формирования полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия.	Организация бизнес-процессов на предприятии энергетической отрасли. Планирование и контроллинг деятельности маркетинговой и социологической службы. Организация управления службой маркетинга. Контроль деятельности маркетинговой службы предприятия. Контроль деятельности маркетинговой службы предприятия. Содержание и алгоритм формирования полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации для социологических и маркетинговых служб предприятия.

**Форма промежуточной аттестации: зачет**