

**Аннотация к рабочей программе
дисциплины «Анализ данных в социологии и маркетинге»**

Направление подготовки: 39.03.01 «Социология»

Направленность (профиль): «Экономическая социология и маркетинг»

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: приобретение и применение в профессиональной деятельности знаний, умений и навыков в области эффективного использования методов анализа данных социологических и маркетинговых исследований, аналитической работы с информацией.

Объем дисциплины: 6 з.е. (216 часов)

Семестр: 8

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Введение в курс «Анализ данных в социологии и маркетинге»	Место и задачи анализа данных в социологии и маркетинге. Систематизация и представление статистических данных. Статистические методы анализа данных. Вторичный анализ данных (secondary data analysis).
2	Методы анализа данных в социологии и маркетинге.	Методы анализа данных в социологии и маркетинге. Регрессионный анализ. Факторный анализ. Кластерный (таксономический) анализ. Дискриминантный анализ
3	Анализ распределений в социологическом/маркетинговом исследовании.	Одномерное распределение. Двумерное распределение. Разведочный анализ.
4	Аналитический отчет в социологических/маркетинговых исследованиях.	Виды и классификация отчетов. Алгоритм построения аналитического отчета.

Форма промежуточной аттестации: защита курсовой работы, экзамен.