

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 05.08.2024 11:05:59

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8f0133c70e0674d412

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**    Институт менеджмента  
**Кафедра**    Маркетинга, логистики и рекламы

### **АННОТАЦИЯ**

<b>Наименование дисциплины</b>	Б1.О.19 Маркетинг
<b>Основная профессиональная образовательная программа</b>	39.03.01 Социология программа Социальная психология

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

### 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Маркетинг входит в обязательную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Философия, История России, История социологии, Русский язык и культура речи, Русский язык как иностранный, Основы российской государственности, Пакеты офисных программ

Последующие дисциплины по связям компетенций: Этические основы профессиональной деятельности социального психолога, Методология и методы социологического исследования, Основы проектной деятельности, Прикладные социально-психологические исследования, Социально-психологическое консультирование, Управление человеческими ресурсами, Основы менеджмента, Психология и социология семьи, Социальная психология

### 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

#### Универсальные компетенции (УК):

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-5	УК-5.1: Знать:	УК-5.2: Уметь:
	теоретические основы и категориальный аппарат социального взаимодействия, современные трактовки социального взаимодействия, базовые социальные ценности, нормы и санкции, применяемые в современном обществе	давать самостоятельную оценку различным актам социального взаимодействия в обществе и толерантно сотрудничать с представителями различных социальных групп	навыками мирного решения проблем, возникающих в ходе социального взаимодействия, навыками сотрудничества с людьми независимо от их расовой, национальной и религиозной принадлежности

#### Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-3 - Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ОПК-3	ОПК-3.1: Знать:	ОПК-3.2: Уметь:
	типы выборки и методы ее реализации на объекте; методы отбора респондентов для	планировать работу интервьюеров, кодировщиков, наблюдателей,	навыками работы с техническими устройствами, применяемыми для сбора

	проведения опроса, методы обработки данных	модераторов, операторов и технических специалистов, работать с массивами данных, проводить их слияние, перевзвешивание	информации, навыками машинной статистической обработки данных
--	--	--	---

ОПК-4 - Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>			
	ОПК-4	ОПК-4.1: Знать:	ОПК-4.2: Уметь:	ОПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	социологическую теорию и методы социологических исследований, роль исследовательских данных в решении социальных проблем	использовать концепции социальных наук для объяснения и прогнозирования социальных явлений и процессов, интерпретировать полученные результаты адекватно поставленным исследовательским задачам	способностью осуществлять независимую, самостоятельную оценку социально значимых проблем, навыками использования результатов анализа и интерпретации данных социологического исследования для формулирования управленческих предложений и задач	

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 3
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	53.85/1.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Маркетинг представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий

##### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		

			Практич. занятия				соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
1.	Введение в маркетинг	9	9			23,85	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	
2.	Теоретические основы маркетинга	9	9			30,0	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	
	Контроль	18						
	<b>Итого</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>0.15</b>		<b>53.85</b>		

## 4.2 Содержание разделов и тем

### 4.2.1 Контактная работа

#### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Введение в маркетинг	лекция	Содержание и концепции развития маркетинга
2.	Теоретические основы маркетинга	лекция	Управление поведением потребителей
		лекция	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования
		лекция	Сегментация рынка
		лекция	Инструменты комплекса маркетинга

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Введение в маркетинг	практическое занятие	Содержание и концепции развития маркетинга
2.	Теоретические основы маркетинга	практическое занятие	Управление поведением потребителей
		практическое занятие	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования
		практическое занятие	Сегментация рынка
		практическое занятие	Инструменты комплекса маркетинга

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

#### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Введение в маркетинг	- подготовка доклада - тестирование
2.	Теоретические основы маркетинга	- подготовка доклада - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ