

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы социологии в маркетинге»

по направлению 46.03.02 Документоведение и архивоведение

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины «Основы социологии в маркетинге» - формирование научных знаний об обществе, личности и маркетинговой деятельности; о социальных группах и социальных институтах, о социальном поведении людей; освоение основных социологических понятий, закономерностей общественного устройства и развития, знакомство с социальной структурой общества и месте личности в различных видах социальных взаимосвязей.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с основными разделами современного социологического знания, социологическими проблемами и методами их исследования,
- введение в круг социологических проблем, связанных с маркетинговой профессиональной деятельностью,
- развитие навыков критического восприятия и оценки информации,
- формирование умения логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения,
- овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Курс «Основы социологии в маркетинге» входит в блок 1 (Б1.В.ДВ.5.2) образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Документоведение и архивоведение». Является дисциплиной по выбору.

Дисциплина «Социология управления» изучается в 5 семестре (индивидуальное обучение).

Курс тесно связан с такими дисциплинами, как «Основы социологии», «Управление человеческими ресурсами», «Психология управления» и др.

Полученные в ходе освоения дисциплины «Основы социологии в маркетинге» профессиональные компетенции будут использоваться в профессиональной деятельности.

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- Способность использовать теоретические знания и методы исследования на практике (ОПК-1)

В результате изучения дисциплины студент должен:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать :

- базовый понятийный аппарат основ социологии управления и маркетинга;
- основные теоретические подходы и научные школы социологии управления;

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

- специфику социального управления на различных уровнях организации общества;
- специфику и особенности социального управления, его влияния на социальные институты и поведенческие модели общества.

Уметь:

- применять теоретические знания, при исследовании социальных практик;
- анализировать специфику, основные этапы и организацию процесса разработки управленческих решений;

Владеть:

- навыками работы с социальной информацией, необходимой для принятия управленческих решений.

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа)

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, семинары

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: работа с различными видами источников, конспект лекции

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: контрольная работа, опрос.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет.