

**Аннотация дисциплины «Маркетинговые проекты с лидерами мнений»  
для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью**

**Профиль: Интегрированные коммуникации  
Очная форма обучения**

**Цель** изучения – формирование системы знаний по основам теории, методологии, методике и технике проведения социологических и маркетинговых исследований и производства и на их основе новых знаний о рынках и субъектах рыночной деятельности; приобретение навыков самостоятельного обучения новым методам исследования, разрабатываемым в ходе научно-практической деятельности.

**Место дисциплины в структуре ОП:** Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений цикла профиля (элективный) дисциплин модуля 4 «Маркетинговые коммуникации» блока 1 учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Интегрированные коммуникации», бакалавриат, очная форма обучения.

**Содержание дисциплины:**

**Раздел 1. 1. Методологические основы социологических и маркетинговых исследований**

- 1.1. Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.
- 1.2. Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.
- 1.3. Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.
- 1.4. Структура процесса социологических исследований и характеристика проектов маркетинговых исследований.
- 1.5. Структура процесса социологических исследований и характеристика проектов маркетинговых исследований.
- 1.6. Структура процесса социологических исследований и характеристика проектов маркетинговых исследований.

**Раздел 2. 2. Общая характеристика методов сбора и анализа данных**

- 2.1. Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.2. Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.3. Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.4. Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.5. Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.6. Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.7. Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.8. Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.

- 2.9. Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.10. Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.11. Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.
- 2.12. Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.

### **Раздел 3. 3. Исследовательские отчеты: требования к составлению.**

- 3.1. Основные требования к составлению исследовательских отчетов.
- 3.2. Основные требования к составлению исследовательских отчетов.
- 3.3. Основные требования к составлению исследовательских отчетов.