

ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СМИ

Дисциплина «Технологии маркетинговых исследований в СМИ» является дисциплиной подготовки студентов по направлению 39.03.01 «Социология».

Задачами дисциплины являются:

- формирование у студентов системных представлений о методологии и методах организации и проведения маркетинговых исследований в СМИ;
- ознакомление студентов с методами сбора маркетинговой информации о СМИ;
- формирование у студентов общего представления о целях и методах анализа собранных данных;
- владение особенностями, достоинствами и недостатками источников маркетинговой информации для проведения исследований в области средств массовой информации;
- овладение практическими навыками проведения маркетинговых исследований.

Содержание дисциплины:

Раздел I. Методика маркетингового исследования в СМИ;

Раздел II. Планирование и организация маркетингового исследования в СМИ;

Раздел III. Прикладные технологии исследований.

Длительность изучения: один семестр.