

АННОТАЦИЯ

Роль маркетинговых исследований в развитии социальной практики: аннотация к дипломной работе / Ольга Владимировна Вакулич; Факультет философии и социальных наук, Кафедра социологии; науч.рук. Е.Е. Кучко

Объем и структура работы. Дипломная работа состоит из введения, трех глав и заключения, изложенных на 71 странице, содержащих 3 рисунка. Список используемой литературы включает 48 наименований.

В работе рассматриваются возможности использования категории маркетинговых исследований в социальной практике. Раскрыта сущность маркетинговых исследований, определены этапы, методы, методики, культурные атрибуты маркетинговых исследований в социальной практике, проанализировано влияние маркетинговых исследований на этику и социальную ответственность.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговое исследование, социальная практика, методы маркетинговых исследований, методика исследований, полевые работы, этика, социальная ответственность.

Объектом исследования выступают маркетинговые исследования.

Предметом исследования является роль маркетинговых исследований в функционировании общественных институтов.

Цель исследования – выявление теоретических и методологических основ маркетинговых исследований в системе социальных исследований.

Теоретической и методологической основой настоящей работы послужили научные и прикладные исследования в области общей социологии, теории и практики маркетинга, философии взаимодействия. Анализ зарубежной и отечественной научной литературы по проблемам эффективности деятельности маркетинговых исследований как фактора удовлетворения материальных и духовных потребностей населения.

Дипломная работа призвана в систематизированной форме дать основные сведения об организации, методах и методиках проведения маркетинговых исследований в контексте социального аспекта запросов общества. Основное внимание здесь уделено преимущественно методологическим и методическим его особенностям.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы (дипломного проекта), а также самостоятельность ее выполнения подтверждается автором.

АНАТАЦЫЯ

Роля маркетынгавых даследаванняў у развіцці сацыяльнай практыкі: анатацыя да дыпломнай працы / Вольга Уладзіміраўна Вакулич; Факультэт філасофіі і сацыяльных навук, Кафедра сацыялогіі; навуч.кір. А.Е. Кучко

Аб'ём і структура работы. Дыпломная праца складаецца з ўвядзення, трох раздзелаў і заключэння, пазначанага на 71 старонцы, якія змяшчаюць 3 рысункі. Спіс выкарыстанай літаратуры ўключае 48 найменняў.

У працы разглядаюцца магчымасці выкарыстання катэгорыі маркетынгавых даследаванняў у сацыяльнай практыцы. Раскрыта сутнасць маркетынгавых даследаванняў, вызначаны этапы, метады, метадыкі, культурныя атрыбуты маркетынгавых даследаванняў у сацыяльнай практыцы, прааналізаваны ўплыў маркетынгавых даследаванняў на этыку і сацыяльную адказнасць.

Ключавыя словы: маркетынг, маркетынгавае даследаванне, сацыяльная практыка, метады маркетынгавых даследаванняў, метадыка даследаванняў, палявыя работы, этыка, сацыяльная адказнасць.

Аб'ектам даследавання выступаюць маркетынгавыя даследаванні.

Прадметам даследавання з'яўляецца роля маркетынгавых даследаванняў у функцыянаванні грамадскіх інстытутаў.

Мэта даследавання - выяўленне тэарэтычных і метадалагічных асноў маркетынгавых даследаванняў у сістэме сацыяльных даследаванняў.

Тэарэтычнай і метадалагічнай асновай сапраўднай працы паслужылі навуковыя і прыкладныя даследаванні ў галіне агульнай сацыялогіі, тэорыі і практыкі маркетынгу, філасофіі ўзаемадзеяння. Аналіз замежнай і айчынай навуковай літаратуры па праблемах эфектыўнасці дзейнасці маркетынгавых даследаванняў як фактару задавальнення матэрыяльных і духоўных патрэбаў насельніцтва.

Дыпломная праца заклікана ў сістэматызаванай форме даць асноўныя звесткі аб арганізацыі, метадах і метадыках правядзення маркетынгавых даследаванняў у кантэксце сацыяльнага аспекту запытаў грамадства. Асноўная ўвага тут нададзена пераважна метадалагічным і метадычным яго асаблівасцям.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы (дыпломнага праекта), а таксама самастойнасць яе выканання пацвярджаецца аўтарам.

ABSTRACT

The role of market researches in development of social practice: the abstract in diploma paper / Olga Vladimirovna Vakulich; Faculty of philosophy and social sciences, Department of sociology; scientific supervisor, Professor E.E. Kuchko

The volume and the structure of work. The diploma paper consists of introduction, three heads and the conclusion stated on 71 pages containing 3 drawings. The list of the used literature includes 48 names.

Diploma paper discusses the possibilities of use of category of market researches in social practice. It reveals the essence of market researches, it defines stages, methods, techniques, cultural attributes of market researches in social practice, it analyzes the impact of market researches on ethics and social responsibility.

Keywords: marketing, market research, social practice, methods of market researches, technique of researches, field works, ethics, social responsibility.

The object of research market is marketing research.

The subject of research is the role of market researches in functioning of public institutes.

The purpose of research – identification of theoretical and methodological bases of market researches in system of social researches.

Scientific and applied researches in the field of the general sociology, the theory and practice of marketing, interaction philosophy formed a theoretical and methodological basis of the real work. The analysis of foreign and domestic scientific literature on problems of efficiency of activity of market researches as factor of satisfaction of material and spiritual needs of the population.

The diploma paper indicates to supply in the systematized form with the main information on the organization, methods and techniques of carrying out market researches in the context of social aspect of inquiries of society. The main attention is paid to mainly methodological and its methodical features.

Reliability of materials and results of the thesis (the degree project), and also independence of its performance is confirmed by the author.