

РСО-11. 750

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Владимирский государственный университет имени Александра  
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)**

Гуманитарный институт



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОД  
А.А. Панфилов

" " 20 г.

### **Программа научно-исследовательской работы**

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника **Бакалавр**

Вид обучения очное

г. Владимир

2016

## 1. Вид практики - производственная

**Тип практики** – научно-исследовательская работа «Изучение общественного мнения»

## 2. Цели научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения»

Целью производственной практики является

- приобретение навыков использования социологических методов при исследовании общественного мнения;

## 3. Задачи научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения»

Задачами производственной практики являются

- приобретение навыков разработки программы изучения общественного мнения;

- приобретение навыков применения специального инструментария для исследования общественного мнения;

- приобретение навыков написания отчета о результатах проведенного исследования.

## 4. Способы проведения научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения»

стационарная

## 5. Формы проведения научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения»

непрерывно, в течении 7 семестра, в специально отведенное для этого время в расписании учебных занятий

Производственная практика проводится на базе кафедры ЖРСО ВлГУ.

## 6. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Коды компетенции	Результаты освоения ООП <i>Содержание компетенций*</i>	Перечень планируемых результатов при прохождении практики**
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить	Знать: основы организации и управления рекламных служб и служб по связям с общественностью Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью Владеть: навыками проведения

	мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать: основные принципы планирования Уметь: планировать свою деятельность Владеть: навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
ПК-3	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать: основы организационно-управленческой работы с малыми коллективами Уметь: взаимодействовать с людьми в малом коллективе Владеть: навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать: требования к проектной документации Уметь: писать проектную документацию Владеть: навыками подготовки проектной документации
ПК-5	способность реализовывать проекты и владением методами их реализации	Знать: методы реализации проектов Уметь: реализовывать проекты Владеть: способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать: участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации Уметь: анализировать коммуникационную инфраструктуру организации Владеть: навыками организации внутренней и внешней коммуникации
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: основы подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь: принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий Владеть: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-8	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: традиционные и современные средства рекламы Уметь: организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Владеть: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции
ПК-9	способность проводить	Знать: основные методы маркетинговых

	маркетинговые исследования	исследований Уметь: проводить маркетинговые исследования Владеть: навыками планирования, проведения и анализа результатов маркетинговых исследований
ПК-10	способность организовывать и проводить социологические исследования	Знать: основные методы социологических исследований Уметь: проводить социологические исследования Владеть: навыками планирования, проведения и анализа результатов социологических исследований
ПК-11	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать: требования к написанию аналитических справок, обзоров и прогнозов Уметь: писать аналитические справки, обзоры и прогнозы Владеть: навыками копирайтинга
ПК-12	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать: профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Уметь: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции Владеть: способностью под контролем осуществлять профессиональные функции
ПК-13	способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать: основы проведения рекламных кампаний и мероприятий Уметь: под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия Владеть: способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК-14	способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать: основы профессиональной деятельности Уметь: реализовывать знания в области рекламы Владеть: способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК-15	владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать: основы работы отдела рекламы, маркетингового отдела, рекламного агентства Уметь: организовывать свою деятельность в соответствии с требованиями отдела рекламы, маркетингового отдела, рекламного агентства Владеть: навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК-16	способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и	Знать: основные виды рекламной продукции Уметь: под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции

	графические, рабочие и презентационные материалы	Владеть: навыками подготовки к выпуску рекламной продукции
--	--	--

## **7. Место научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения» в структуре ОПОП**

Научно-исследовательская работа «Изучение общественного мнения» базируется на знаниях, полученных в ходе изучения теоретических курсов «Общая теория коммуникации и массовой информации», «Основы теории коммуникации», «Использование социологических методов в рекламе и связях с общественностью».

Для успешного осуществления научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения» требуются теоретические знания в области методологии и методики социологических исследований.

Научно-исследовательская работа «Изучение общественного мнения» позволяет закрепить теоретические знания с помощью практической деятельности и, таким образом, создает условия для дальнейшего освоения учебных дисциплин.

## **8. Место и время проведения научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения»**

Научно-исследовательская работа «Изучение общественного мнения» проводится на базе кафедры ЖРСО ВлГУ на 1-18 неделе 7 семестра в соответствии с графиком учебного процесса и встраивается в сетку расписания учебных занятий.

## **9. Объем научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения» в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях или академических часах**

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет бзачетных единицы/216 часов/4 недели

## **10. Структура и содержание научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения»**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Разработка программы исследования общественного мнения	22	Запись в дневнике практики
2	Сбор информации по теме исследования	90	Записи в дневнике практики

3.	Анализ информации и подготовка отчета об исследовании	100				Записи в дневнике, отчет
4	Отчетный этап	4				Зач.с оценк

### 11. Формы отчетности по научно-исследовательской работе «Изучение общественного мнения»

В дневнике практики должны быть описаны все виды работ, которые выполнял практикант, представлен отчет о результатах исследования, дано заключение руководителя практики от кафедры ЖРСО ВлГУ.

### 12. Фонд оценочных средств аттестации (зачет с оценкой) по научно-исследовательской работе «Изучение общественного мнения»

Примерный перечень вопросов по практике:

1. Охарактеризуйте нормативно-правовую базу организации, определяющей деятельность организации, в которой проходили практику.
2. Каковы особенности данной организации и каковы ее потребности как рекламодателя.
3. Опишите организационную и управленческую структуры рекламного или пиар отдела организации.
4. Опишите методы и инструменты работы данной организации с пресс-службами, PR-отделами других организаций (пресс-релиз, пресс-кит, пресс-конференции, брифинги, презентации, «аккредитация журналистов», «информационное обслуживание», телефонный диалог, личные контакты журналистов с отдельными компаниями).
5. Охарактеризуйте особенности организации планирования деятельности структуры, в котором Вы проходили работу.
6. Проанализируйте сайт и страницы в социальных сетях данной организации.
7. Какие программные инструменты были использованы в ходе практики. Что было сделано, с какими трудностями столкнулись.
8. Охарактеризуйте особенности работы с целевыми группами организации.
9. Проанализируйте рекламные материалы с которыми вы работали в ходе практики.
10. Какие методы исследования целевых групп потребителей были использованы.
11. На основе проделанной вами работы укажите, какие ошибки были допущены и каковы основные способы их устранения.

### Основные показатели оценки планируемых результатов

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата
ПК-1 способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить	«Отлично» - необходимые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом сформированы, все предусмотренные программой учебной практики задания выполнены, аналитический отчет содержит подробную информацию об отобранных научных источниках; качество его

<p>мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> <p>ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы</p> <p>ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами</p> <p>ПК-4 владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)</p> <p>ПК-5 способность реализовывать проекты и владением методами их реализации</p> <p>ПК-6 способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> <p>ПК-7 способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <p>ПК-8 способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p> <p>ПК-9 способность проводить маркетинговые исследования</p> <p>ПК-10 способность организовывать и проводить социологические исследования</p> <p>ПК-11 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p> <p>ПК-12 способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p> <p>ПК-13 способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия</p> <p>ПК-14 способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности</p> <p>ПК-15 владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве</p> <p>ПК-16 способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску,</p>	<p>выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.</p> <p>«Хорошо» - некоторые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебной практики задания выполнены, аналитический отчет об отобранных научных источниках содержит некоторые погрешности; качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками</p> <p>«Удовлетворительно» - необходимые практические навыки работы с освоенным теоретическим материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой учебной практики заданий выполнено, аналитический отчет об отобранных научных источниках составлен с ошибками.</p> <p>«Неудовлетворительно» - необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, практикант пропускал рабочие дни без уважительной причины; аналитический отчет об отобранных научных источниках составлен поверхностно</p>
---	---

производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	
--	--

Аттестация по итогам научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения» проводится в течение недели после окончания научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения» и сдачи оформленных дневников и отчетов о результатах исследования.

**13. Перечень информационных технологий, используемых при проведении научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения», включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.**

Программа SPSS

**14. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения»**

а) основная литература:

1. Социология общественного мнения: Учебное пособие / Г.И. Козырев. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. // Код доступа: [www/znanium.com](http://www.znanium.com)

2. Герасимов, В.М. Общественное мнение: ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс] : Монография / В. М. Герасимов, К. А. Иваненко. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 224 с.// Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514169>

б) дополнительная литература:

1. Теория и практика социальных коммуникаций / Козловская С.Н., - 2-е изд., сокр. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016 – 98 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-104596-1.// Код доступа: [www/znanium.com](http://www.znanium.com)

в) интернет-ресурсы:

1. [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

2. [www/znanium.com](http://www.znanium.com)

**15. Материально-техническое обеспечение научно-исследовательской работы «Изучение общественного мнения»**

Материально-технические средства и профессиональное оборудование компьютерного класса ауд.332-3

**16. Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и с учетом рекомендаций ПрООП ВО по направлению и профилю подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор  С.Ю.Соколова, доцент, канд. филос. наук  
Рецензент  Директор ГТРК «Владимир»  
Филинов А.Г.

Программа одобрена на заседании УМК кафедры ЖРСО  
протокол № 1 от «  » 29.08 2016 года.

Зав. кафедрой ЖРСО  С.А.Говердовская-Привезенцева

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Программа практики одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год  
Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Программа практики одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год  
Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Программа практики одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год  
Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича  
Столетовых»**  
**(ВлГУ)**

Институт \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_

Актуализированная  
программа практики  
рассмотрена и одобрена  
на заседании кафедры  
протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_  
(подпись, ФИО)

## Актуализация программы практики

---

\_\_\_\_\_

(наименование дисциплины)

Направление подготовки

Профиль/программа подготовки

Уровень высшего образования

Форма обучения

Владимир 20\_\_

Рабочая программа учебной дисциплины актуализирована в части рекомендуемой литературы.

Актуализация выполнена: \_\_\_\_\_

(подпись, должность, ФИО)