

2016

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



«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по
образовательной деятельности

А.А. Панфилов

«29» 08 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОПРОС В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки - 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения - очная

| Семестр | Трудоемкость зач. ед./ час. | Лекции, час. | Практич. занятия, час. | Лаборат. работы, час. | СРС, час. | Форма промежуточного контроля (экз./зачет) |
|---------|--------------------------------|-----------------|------------------------------|-----------------------------|--------------|---|
| 7 | 23ЕТ,72ч. | | | 36 | 36 | Зачет |
| Итого | 23ЕТ,72ч. | | | 36 | 36 | Зачет |

Владимир - 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Опрос в рекламе и связях с общественностью» являются

- ознакомить студентов с технологией проведения опросов в рекламе и связях с общественностью.
- Ознакомить студентов с технологией обработки социологической информации и представления ее результатов.

Применительно к подготовке бакалавра по рекламе и связям с общественностью в курсе «Опрос в рекламе и связях с общественностью» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике проведении опросов, а также особенностям их применения в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Опрос в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана ОПОП направления «Реклама и связи с общественностью».

Учебный курс методически связан с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Для успешного освоения курса «Опрос в рекламе и связях с общественностью» студент должен иметь представления о проведении научных исследований, основах социологии, закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, знать теорию массовой информации, основы рекламы и теорию связей с общественностью.

Учебный курс «Опрос в рекламе и связях с общественностью» необходим как дополняющий изучение дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

Основные принципы проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

Уметь:

Организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

Владеть:

Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

| № п/п | Раздел (тема) дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | | | Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %) | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам) | |
|-------|--|---------|-----------------|--|----------------------|---------------------|--------------------|-----|---|---|---------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | Контрольные работы | СРС | | | КП / КР |
| 1 | Программа социологического исследования | 7 | 1 | | | 2 | | 2 | | 2/100% | |
| 2 | Опрос как метод сбора данных. Виды опроса. | 7 | 1 | | | 2 | | 2 | | 0/0% | |
| 3 | Особенности сбора первичной социологической информации | 7 | 2 | | | 2 | | 2 | | 0/0% | |
| 4 | Интер- | 7 | 2 | | | 2 | | 2 | | 2/50% | |

| | | | | | | | | | | | |
|-------|---|---|---------|--|--|----|--|----|--|--------|------------------------|
| | вьюирован ие и анкетирова ние как ос- новные виды опросов | | | | | | | | | | |
| 5 | Специфиче ские виды опросов. Телефон- ный, почтовый, Интернет- опрос. Групповые опросы в социологи и | 7 | 3 | | | 2 | | 2 | | 2/100% | |
| 6 | Анкета как исследоват ельский инструмен т | 7 | 4-5 | | | 4 | | 4 | | 2/50% | Рейтинг- контроль 1 |
| 7 | Классифик ация вопросов. Требовани я к формулиро вкам вопросов. | 7 | 6 | | | 2 | | 2 | | 2/100% | |
| 8 | Социо- метрически й опрос. | 7 | 7 | | | 2 | | 2 | | 2/100% | |
| 9 | Экспертны е опросы | 7 | 8-9 | | | 2 | | 2 | | 2/100% | |
| 10 | Методика и техника глубинного интервью | 7 | 10-11 | | | 4 | | 4 | | 2/50% | Рейтинг- контроль 2 |
| 11 | Метод фокус- группы | 7 | 12-13 | | | 4 | | 4 | | 4/100% | |
| 12 | Отчет в социологич еском исследован ии | 7 | 14-18 | | | 8 | | 8 | | 4/50% | Рейтинг- контроль 3 |
| Всего | | | 18 нед. | | | 36 | | 36 | | 24/66% | Зачет |

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

1. Лекция-беседа (диалог с аудиторией), которая предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией.
2. Коллективная лекция. Студенты готовят выступление по одной из тем, при этом используется анализ прочитанной литературы и собственные наблюдения.
3. Метод «мозгового штурма». В результате генерирования различных идей и их конструктивной проработки студенты предлагают варианты решения ситуации.
4. Проблемная ситуация. Новое знание вводится через проблемный вопрос.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Задание для рейтинг-контроля 1

Разработать программу проведения социологического опроса по заранее согласованной с преподавателем теме.

Задание для рейтинг-контроля 2

Разработать анкету для проведения социологического опроса. Предоставить результаты сбора первичной социологической информации.

Задание для рейтинг-контроля 3

Предоставить отчет о проведенном собственном социологическом исследовании.

Контрольные вопросы для зачета

1. Сущность социологических исследований.
2. Типы и виды социологических исследований.
3. Определение потребности PR-компании в социологическом исследовании.
4. Характеристика основных этапов и план проведения социологического исследования.
5. Предварительный анализ объекта. Моделирование проблемы исследования в сфере связей с общественностью.
6. Интерпретация и операционализация основных понятий социологического исследования.

7. Определение типа требуемой информации. Источники ее получения.
8. Надежность и валидность информации.
9. Опрос как способ получения социологической информации в связях с общественностью.
10. Метод глубинного интервью и его роль в социологическом исследовании.
11. Фокус–группа: принципы организации, методы сбора информации.
12. Глубинное интервью как метод социологического исследования.
13. Социометрический опрос
14. Назначение метода экспертных оценок.
15. Телефонный, почтовый, Интернет-опрос.
16. Групповые опросы в социологии
17. Логическая модель анкеты для опроса населения.
18. Типы шкал для измерения социальных явлений в связях с общественностью.
19. Построение шкал измерений. Конструирование вопросов и интерпретация ответов.
20. Классификация методов качественного метода анализа социологической информации.
21. Классификация статистических методов анализа эмпирических данных.
22. Группировка и типологизация информации социологического исследования.

Примерный перечень вопросов для самостоятельной работы

1. Методы исследования в социологии.
2. Социология общественного мнения.
3. Программа социологического исследования.
4. Определение целей социологического исследования.
5. Проблема в социологическом исследовании.
6. Объект и предмет социологического исследования.
7. Теоретическая и эмпирическая интерпретация понятий.
8. Операционализация понятий.
9. Гипотезы в социологическом исследовании.
10. Типичные ошибки и трудности при разработке программы исследования.
11. Опрос в социологическом исследовании.
12. Особенности метода опроса в социологическом исследовании.
13. Особенности анкетирования.
14. Особенности интервью.

15. Виды анкетных опросов.
16. Виды интервью.
17. Структура вопросника.
18. Виды вопросов.
19. Виды шкал.
20. Социометрические опросы.
21. Этапы и процедуры социометрического опроса.
22. Социометрический тест, социоматрица, социометрические индексы, социограммы.
23. Обобщение результатов социологического исследования
24. Объяснение результатов социологического исследования
25. Подготовка социологического отчета, разработка рекомендаций

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература:

1. Климантова Г. И. Методология и методы социологического исследования: Учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов.-М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2014. - 256 с. ISBN 978-5-394-02248-7. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022487.html>
2. Социологическое исследование [Электронный ресурс] : учеб. пособие. - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2014. - 250 с. - ISBN 978-5-9765-1899-5. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976518995.html>
3. Учебник / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко - М.: ИНФРА-М, 2013. - 768 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (п) ISBN 978-5-16-003457-7 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394159>
4. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - ISBN 978-5-394-02248-7. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450818>
5. Методология научного исследования: Учебник / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-009204-1 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047>

Дополнительная литература:

1. Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 2. Классическое социологическое исследование [Электронный ресурс] : практикум / сост. А.С. Готлиб, Я.Н. Крупец, А.М. Алмакаева, Е.В. Петрушкина, Ю.А. Изюмова, Д.В. Гюль, И.А. Землянская, К.Г. Лебедева, Н. М. Богданова; под общ. ред. А.С. Готлиб. - 2-е изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 363 с. - ISBN 978-5-9765-2020-2. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976520202.html>
2. Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 1. Классическое социологическое исследование [Электронный ресурс] : практикум / сост. А.С. Готлиб, И.Е. Столярова, С.Н. Фазульянова, Я.Н. Крупец, А.М. Алмакаева, М.В. Смирнова; под общ. ред. А.С. Готлиб. - 2-е изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 196 с. - ISBN 978-5-9765-2019-6. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976520196.html>

3. Исследование социально-экономических и политических процессов: учеб. пособие / Т.Е. Зерчанинова. - М.: Логос, 2010. -304 с.: ил. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-444-5.
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987044445.html>

4. Кошлякова М.О. Социологические методы исследования имиджа / Сервис Plus, №3, 2011 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=365128>

5. Здравомыслов, А. Г. Поле социологии в современном мире [Электронный ресурс] / А. Г. Здравомыслов; под общ. ред. Н. И. Лапина. - М.: Логос, 2010. – 408 с. - ISBN 978-5-98704-466-7. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468738>

Периодические издания:

1. Журнал «Социс» // <http://www.isras.ru/socis.html>

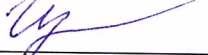
Интернет-ресурсы:


1. Фонд Общественное Мнение / ФОМ www.fom.ru
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения www.wciom.ru
3. "Левада-центр" - изучение общественного мнения www.levada.ru
4. "Федеральная служба государственной статистики" www.gks.ru

8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная учебная аудитория 229, количество студенческих мест – 50, оснащение: доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «EB-1860», экран Projecta настенный рулонный, документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19

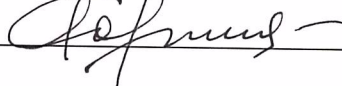
Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил доцент кафедры ЖРСО Щитко В.С. 

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. 


Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой  Говердовская-Привезенцева С.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Председатель комиссии  Говердовская-Привезенцева С.А.

