

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**  
**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ 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	43ЕТ,144ч.	36			72	Экзамен (36)
Итого	43ЕТ,144ч.	36			72	Экзамен (36)

Владимир - 2016

*А.А. Панфилов*

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Использование социологических методов в связях с общественностью» являются

- ознакомить студентов с сущностью науки как социально-культурного феномена, спецификой научного познания, его природой и исторической динамикой.
- Ознакомить с технологиями социологического исследования и представления его результатов.

Применительно к подготовке бакалавра по рекламе и связям с общественностью в курсе «Использование социологических методов в связях с общественностью» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике проведения социологических исследований, а также особенностям их применения в сфере связей с общественностью

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью» входит в базовую часть учебного плана ОПОП.

Учебный курс методически связан с учебными дисциплинами «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Для успешного освоения курса «Социологические методы исследования 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 «Социологические методы исследования в рекламе и связях с общественностью» необходим как дополняющий изучение дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Стратегия и тактика использования СМИ в СО», «Организация и проведение PR-кампаний», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

### 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 4 зачетных единицы, 144 часов.

№ 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		
1	Структура, методология, технология научного познания	7	1	2				6	0/0%	
2	Структура и направления социологических исследований	7	2	2				6	0/0%	
3	Общая концепция исследований	7	2	2				6	0/0%	

	ия									
4	Программа социологического исследования и программные требования к выборке	7	3-4	4			6		4/100%	
5	Определение выборочной совокупности в различных типах исследований	7	5-6	4			6		2/50%	Рейтинг-контроль 1
6	Вторичная информация в социологических исследованиях. Приемы анализа документов	7	7-8	2			6		2/100%	
7	Первичная информация: количественные методы. Анкетный опрос	7	9-10	2			6		2/100%	
8	Квантификация социальных и рыночных характеристик. Шкалы измерения	7	10	2			6		2/100%	
9	Качественные методы	6	11-12	4			6		2/50%	Рейтинг-контроль 2

	и их функции в социологических исследованиях. Фокус-группа									
10	Методика и техника глубокого интервью; его роль в изучении потребительского рынка деятельности	7	13-14	4			6		4/100%	
11	Статистические методы анализа информации в социологических исследованиях	7	15-16	4			6		4/100%	
12	Обработка и анализ данных, собранных качественными методами	7	17-18	4			6		4/100%	Рейтинг-контроль 3
Всего			18 нед.	36			72		26/72%	Экзамен (36)

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Реализация компетентностного 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**

1. Тип интервью, предполагающий дискуссию многих респондентов, – это \_\_\_ интервью
  - нарративное
  - структурированное
  - групповое
  - лейтмотивное
2. Метод группового интервью, позволяющий выявить глубинные различия в понимании проблемы, – это метод
  - фокус-групп
  - символического пространства
  - аналитического сравнения
  - плотного описания
3. Традиционные методы анализа содержания документов включают
  - «понимающее» восприятие текста
  - выделение смысловых идей
  - аналитическую индукцию
  - регрессионный анализ
4. Область социологии, изучающая коммуникацию, значение знаков – это...

При изучении нетипичного индивидуального опыта (пристрастия к наркотикам, девиантного, криминального поведения и др.) или опыта особых социальных групп чаще всего применяются \_\_\_ методы

- формализованные
- качественные
- математические
- количественные

5. Метод подбора респондентов, при котором их поиск ведется от одного к последующим на основе рекомендаций самих респондентов называется методом

- квотным
- снежного кома
- случайным
- выборочным

6. Можно считать, что метод фокус-групп, сочетающий в себе качественный и количественный подходы к сбору данных с явным тяготением к качественным технологиям, является \_\_\_ методом

- интегральным
- комбинированным
- синтетическим

пропорциональным

7. Формулирование гипотез при построении концептуальной модели обязательно

- нет
- да

8. Область наибольшего распространения фокус-групп - это

- процессы урбанизации
- маркетинговые исследования
- реформирование жилищно-коммунального хозяйства
- вопросы медицинского обслуживания

9. Основной характеристикой выборки является то, что она меньше по объему и представляет уменьшенную копию генеральной совокупности

- нет
- да

10. Передача культурного капитала от поколения к поколению находится в фокусе исследовательского интереса при качественном исследовании

- истории жизни
- кейс-стади
- истории семьи

этнографическом

### Задание для рейтинг-контроля 2

1. На стадии разработки исследовательского проекта ...
  - необходимо решить, с помощью каких методов будет получена информация
  - изучается литература
  - составляется письменный отчет по результатам исследования
  - анализируется собранный материал
2. Первой стадией социологического исследования является ...
  - проведение исследования
  - отчет по результатам
  - постановка проблемы исследования
  - интерпретация результатов
3. Полевое наблюдение - это:
  - наблюдение в поле за фермерами
  - полевого наблюдения вообще нет
  - наблюдение за пределами лаборатории
4. Особенность интервью заключается в том, что ...
  - собирается богатая информация
  - воспроизводится событие, редко встречающееся в жизни
  - имеется прямой контакт исследователя и респондента
  - есть возможность обратиться к событиям исторического прошлого
5. Включенное наблюдение:
  - наблюдатель становится полноправным членом коллектива
  - наблюдатель становится руководителем коллектива
  - наблюдатель находится вне коллектива
6. Оптимальное количество участников фокус-группы:
  - 4-6 человек
  - 20 - 40 человек
  - 6-12 человек



7. Методом наблюдения можно изучать только ...
  - социальные организации
  - большие сообщества
  - номинальные социальные группы
  - относительно небольшие социальные группы
8. Респондент - это:
  - тот, кто проводит опрос
  - исследователь, который организует исследование
  - объект исследования
  - лицо, участвующее в опросе в качестве источника информации
9. Самым распространенным методом исследования в России является ....
  - интервью
  - наблюдение
  - анализ документов
  - опрос
10. Ведущий обсуждение в фокус-группе - это:
  - модератор
  - куратор
  - ведущий
  - медиатор
11. Контент-анализ – это...
  - процедура, с помощью которой вербальные записи, качественные по своему характеру, преобразуются в количественные данные
  - способ обработки данных, полученных в ходе экспресс-опроса
  - один из способов анализа результатов социального эксперимента
  - чтение текста с последующим подсчетом символов
12. Социометрический индекс - это:
  - показатель, используемый для измерения взаимоотношений в группе и статуса членов группы
  - социометрическая карточка
  - графическое изображение связей внутри группы
13. Анкета это:
  - структурно организованный набор вопросов
  - сумма ответов респондента

- оценка анкетером ситуации
  - набор вопросов по заданной теме
14. При составлении опросников необходимо избегать ...
- наводящих вопросов
  - косвенных вопросов
  - контрольных вопросов
  - вопросов - фильтров
15. Как называется метод сбора первичной социологической информации, который предусматривает направленное, систематическое, непосредственное прослеживание, фиксирование и регистрацию социально значимых фактов,
- интервьюирование
  - анкетирование
  - эксперимент
  - наблюдение
16. Гипотеза в социологическом исследовании
- формулируется на этапе сбора материала;
  - не выдвигается
  - выдвигается после проведения исследования
  - выдвигается до проведения исследований
17. При разработке программы исследования надо сначала:
- подготовить данные для обработки и составить отчет об исследовании
  - сформулировать проблему, выделить объект и предмет исследования
  - напечатать анкеты и найти и обучить анкетеров, интервьюеров и наблюдателей
18. Продолжительность обсуждения в фокус-группе может быть:
- 4-8 часов
  - 10-12 часов
  - до 2 часов
19. Сильной стороной включенного наблюдения является ...
- возможность получения более полной информации
  - отсутствие возможности сделать обобщенное исследование относительно всего общества
  - возможность проведения исследования в небольших группах
  - возможность контролировать влияние тех или иных переменных
20. Выбор в социометрическом опросе может быть:

- положительный выбор
- то и другое не верно
- отрицательный выбор
- то и другое верно

### **Задание для рейтинг-контроля 3**

Предоставление отчета студентом о проведенном собственном социологическом исследовании на заданную тему.

### **Контрольные вопросы для экзамена**

1. Общенаучные методы теоретического познания.
2. Общелогические методы и приемы исследования.
3. Понятие парадигмы. Сущность классической (ньютоновской) и синергетической парадигм.
4. Понятие научного факта. Научные факты и их обобщение.
5. Постановка и разработка научных проблем.
6. Выдвижение, построение и проверка научных гипотез.
7. Понятие научной теории. Механизм формирования научной теории
8. Понятие научного закона. Процесс формирования научных законов.
9. Общая характеристика постановочного этапа научного исследования.
10. Содержание собственно исследовательского этапа научного исследования.
11. Схема социологической деятельности фирмы в сфере связей с общественностью.
12. Сущность социологических исследований.
13. Типы и виды социологических исследований.
14. Определение потребности PR-компании в социологическом исследовании.
15. Характеристика основных этапов и план проведения социологического исследования.
16. Предварительный анализ объекта. Моделирование проблемы исследования в сфере связей с общественностью.
17. Интерпретация и операционализация основных понятий социологического исследования.
18. Определение типа требуемой информации. Источники ее получения.
19. Надежность и валидность информации.

20. Место и роль наблюдения среди других способов получения социологической информации.
21. Формы фиксации результатов наблюдения.
22. Вторичная информация в социологическом исследовании: её возможности и специфика.
23. Классификация источников вторичной информации.
24. Приемы качественно-количественного анализа документов.
25. Первичная информация и источники её получения.
26. Опрос как способ получения социологической информации в связях с общественностью.
27. Метод глубинного интервью и его роль в социологическом исследовании.
28. Предварительная фокус-группа: принципы организации, методы сбора информации.
29. Назначение метода экспертных оценок.
30. Логическая модель анкеты для опроса населения.
31. Типы шкал для измерения социальных явлений в связях с общественностью.
32. Построение шкал измерений. Конструирование вопросов и интерпретация ответов.
33. Выборочное социологическое исследование.
34. Программные требования к выборке.
35. Методы определения выборочной совокупности.
36. Репрезентативность выборки социологического исследования в связях с общественностью.
37. Классификация методов качественного метода анализа социологической информации.
38. Классификация статистических методов анализа эмпирических данных.
39. Группировка и типологизация информации социологического исследования.

#### **Примерный перечень вопросов для самостоятельной работы**

1. Методы исследования в социологии.
2. Социология общественного мнения.
3. Основные вопросы выборочного исследования.
4. Репрезентативность как характеристика выборочного метода.
5. Расчет объема выборки.
6. Типы выборок.

- 7.Программа социологического исследования.
- 8.Определение целей социологического.исследования.
- 9.Проблема в социологическом исследовании.
- 10.Объект и предмет социологического исследования.
- 11.Теоретическая и эмпирическая интерпретация понятий.
- 12.Операционализация понятий.
- 13.Гипотезы в социологическом исследовании.
- 14.Типичные ошибки и трудности при разработке программы исследования.
- 15.Наблюдение в социологическом исследовании.
- 16.Виды наблюдений.
- 17.Опрос в социологическом исследовании.
- 18.Особенности метода опроса в социологическом исследовании.
- 19.Особенности анкетирования.
- 20.Особенности интервью.
- 21.Виды анкетных опросов.
- 22.Виды интервью.
- 23.Структура вопросника.
- 24.Виды вопросов.
- 25.Виды шкал.
- 26.Социометрические опросы.
- 27.Этапы и процедуры социометрического опроса.
- 29.Социометрический тест, социоматрица, социометрические индексы, социограммы.
- 30.Анализ документов в социологическом исследовании.
- 31 .Классификация документов.
- 32.Контент-анализ документов.
- 33.Эксперимент в социологическом исследовании.
- 34.Виды социальных экспериментов.
- 35.Взаимоотношения различных методов сбора первичной социологической информации.
- 36.Измерение социальных установок
- 37.Использование статистических данных
- 38.Обобщение результатов социологического исследования
- 39.Объяснение результатов социологического исследования
- 40.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. Добренъков, 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](http://www.fom.ru)
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru)
3. "Левада-центр" - изучение общественного мнения [www.levada.ru](http://www.levada.ru)
4. "Федеральная служба государственной статистики" [www.gks.ru](http://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 «ЕВ-1860», экран Projecta настенный рулонный, документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе:ThinkCentreM70e/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 доц. каф. ВРО Шумко В.С.

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. [подпись]

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой [подпись] 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 [подпись] Говердовская-Привезенцева С.А.