

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

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 - заочная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
6	33ЕТ,108ч.			18	90	Зачет
Итого	33ЕТ,108ч.			18	90	Зачет

Владимир - 2016

*А.А. Панфилов*

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

- ознакомить студентов с технологиями 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 3 зачетных единицы, 108 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	Программа социологического исследования	6				1		7	1/100%	
2	Опрос как метод сбора данных. Виды опроса.	6				1		7	0/0%	
3	Особенности сбора первичной социологической информации	6				1		7	0/0%	
4	Интер-	6				1		7	0/0%	



	выявление и анкетирование как основные виды опросов									
5	Специфические виды опросов. Телефонный, почтовый, Интернет-опрос. Групповые опросы в социологии	6			1	7		1/100%		
6	Анкета как исследовательский инструмент	6			1	7		1/100%		
7	Классификация вопросов. Требования к формулировкам вопросов.	6			2	8		1/50%		
8	Социометрический опрос.	6			2	8		2/100%		
9	Экспертные опросы	6			2	8		2/100%		
10	Методика и техника глубинного интервью	6			2	8		2/100%		
11	Метод фокус-группы	6			2	8		2/100%		
12	Отчет в социологическом исследовании	6			2	8		2/100%		
Всего					18	90		14/78%	Зачет	

## **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**

### **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. Добренчиков, 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 Eloom 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 доцент кафедры ЖРСО Щитко В.С. 

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. 

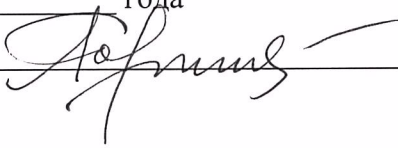
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 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 № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Председатель комиссии  Говердовская-Привезенцева С.А.