

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

Гуманитарный институт



Е.М.Петровичева

2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕТОД ОПРОСА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки/ специальность

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль подготовки)

«Реклама и связи с общественностью»

г. Владимир
2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: изучение особенностей использования метода опроса в рекламе и связях с общественностью, координации данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области рекламы и связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачи:

- изучить требования, предъявляемые к научному исследованию;
- изучить методологические, организационные основы исследовательской деятельности;
- изучить требования к представлению результатов социологического исследования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Метод опроса в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-2. Способен работать с большими объемами информации	ОПК-2.1. Знание основы работы с большими объемами информации ОПК-2.2. Умение работать с большими объемами информации продуктов в обществе ОПК-2.3. Владение методами работы с большими объемами информации	Знать основы работы с большими объемами информации Уметь работать с большими объемами информации Владеть методами работы с большими объемами информации	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций
ПК-4. Способен анализировать структурированную и неструктурированную информацию	ПК-4.1. Знание особенности структурированной и неструктурированной информации ПК-4.2. Умение анализировать структурированную и неструктурированную информацию ПК-4.3. Владение методами анализа структурированную и неструктурированную	Знать особенности структурированной и неструктурированной информации Уметь анализировать структурированную и неструктурированную информацию Владеть методами анализа структурированную и неструктурированную	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций

ПК-6. Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования, обобщать информацию	информацию		
	ПК-6.1. Знание количественных и качественных методов исследования	Знать количественные и качественные методы исследования	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций
	ПК-6.2. Умение находить, анализировать и обобщать необходимую информацию	Уметь находить, анализировать и обобщать необходимую информацию	
ПК-6.3. Владение количественными и качественными методами исследований	Владеть количественными и качественными методами исследований		

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов

Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование темы/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	В форме практической подготовки		
1	Программа социологического исследования	4	1,2		6			9	
2	Опрос как метод сбора данных. Виды опроса.	4	3		6			9	
3	Особенности сбора первичной социологической информации	4	4,5		6			9	
4	Интервьюирование и анкетирование как основные виды опросов	4	6		6			9	Рейтинг-контроль № 1
5	Специфические виды опросов. Телефонный, почтовый, Интернет-опрос. Групповые опросы в социологии	4	7,8		6			9	
6	Анкета как исследовательский инструмент	4	9		6			9	
7	Классификация вопросов. Требования к формулировкам вопросов.	4	10,11		6			9	

8	Социометрический опрос.	4	12		6			9	Рейтинг-контроль № 2
9	Экспертные опросы	4	13,14		6			9	
10	Методика и техника глубинного интервью	4	15		6			9	
11	Метод фокус-группы	4	16,17		6			9	
12	Отчет в социологическом исследовании	4	18		6			9	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 4 семестр								72	
								108	Экзамен/36
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине								72	
								108	Экзамен/36

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема № 1. Программа социологического исследования.

Программа - документ, содержащий развернутый методологический и методический, организационный план социологического исследования. Основные функции программы в социологическом исследовании: методологическая, методическая, прогнозная, организационно-технологическая. Теоретическое осмысление проблемы - исходная посылка составления программы исследования. Структура программы социологического исследования: теоретико-методологическая и методико-процедурная части. Соотношение фундаментально-теоретического и эмпирического в программе социологического исследования. Основные компоненты программы социологического исследования и их композиция. Итерация (относительное повторение) элементов программы исследовательских процедур на различных этапах социологического исследования.

Тема № 2. Опрос как метод сбора данных. Виды опроса.

Понятие опроса в социологической литературе. Методологические предпосылки использования метода опроса в социологическом исследовании. Роль и значение опроса в комплексе социологических методов сбора информации. Познавательные возможности метода опроса не имеют пределов. Программа опроса, ее структура и функции. Этапы и процедуры опроса. Методика и техники проведения опроса. Структурно-классификационные: принципы проектирования инструментария при использовании метода опроса в социологическом исследовании. Преимущества и недостатки метода. Проблемы достоверности информации. Типичные ошибки и трудности в проведении опроса. Виды опроса, их качественные характеристики и специфика использования. Анкетирование. Его разновидности, особенности, достоинства и недостатки.

Тема № 3. Особенности сбора первичной социологической информации.

Социологическая информация. Первичная социологическая информация. Вторичная социологическая информация. Достоверность социологической информации. Репрезентативность. Основные методы сбора первичной социологической информации.

Тема № 4. Интервьюирование и анкетирование как основные виды опросов.

Специфика использования анкетирования в социологических исследованиях, его возможности и преимущества. Этапы анкетного опроса. Социологическая анкета, ее логическая и организационная структура. Основные принципы и правила проектирования социологической анкеты. Виды вопросов анкеты, ее композиция и оформление. Необходимые условия организации и успешного проведения анкетирования. Проблема выборки, уровень репрезентативности данных. Обработка информации. Создание однородных подмассивов из респондентов конкретных социально-демографических групп. Подготовка и подбор

интервьюером. Качество, знания и умение интервьюера. «Эффект интервьюера». Особенности обработки и анализа информации, полученном методом интервью. Интервьюирование. Особенности интервью как метода сбора информации. Функциональное и общее отличие интервью от анкетного опроса. Сущность и характерные особенности интервью. Преимущества и недостатки метода. Этапы подготовки и проведения интервью.

Тема № 5. Специфические виды опросов. Телефонный, почтовый, Интернет-опрос. Групповые опросы в социологии.

Предыстория телефонного опроса. Понятие и основные характеристики телефонного опроса.

Этапы телефонного опроса. Обязательные требования к методу. Задачи телефонного опроса. Рекомендации по разработке анкеты для телефонного опроса. Продолжительность интервью. Почтовый опрос в социологическом исследовании: понятие, основные характеристики. Методический инструментарий для почтового опроса.

Тема № 6. Анкета как исследовательский инструмент.

Анкета как исследовательский инструмент: структура анкеты; основные принципы формулирования вступления к анкете, контактных вопросов, социально-демографического блока. Общие принципы дизайна анкеты.

Тема № 7. Классификация вопросов. Требования к формулировкам вопросов.

Вопрос и его структурные элементы. Основные типы вопросов. Логическая структура вопроса. Виды и профилактика ошибок, связанных с нарушением логической структуры вопроса: эффект внушения, несоответствие информированности респондента, неадекватность обозначения адресата. Виды и профилактика ошибок при конструировании области поиска ответа: выбор закрытой или открытой формы вопроса в зависимости от его познавательной задачи; виды закрытых вопросов в терминах концепции измерения и шкалирования; требование сбалансированности при конструировании шкал; проблема отсутствия ответа в социологическом опросе: методический и содержательный смысл. Социо-лингвистические факторы коммуникативной адекватности в социологическом опросе. Понятие о социальных диалектах, лексические нормы и традиции в различных социальных, демографических, профессиональных и региональных группах. Социо-лингвистические факторы как источник систематических ошибок. Проблема языка в кросскультурных исследованиях. Требования к формулировкам вопросов. Правила редактирования вопросов. Проблемы при формулировке вопросов и вариантов ответов. Проблема «нет ответа» и методы ее решения. Проблема неискренности респондентов. Методы работы с сензитивными вопросами. Социо-культурные требования к формулировке вопроса: учет национально-культурных особенностей опрашиваемых, традиций общения, «острых» или «деликатных» тем.

Психологические требования к формулировке вопроса: возможности памяти респондента, социальная дистанция и сохранение социальной идентичности респондента и интервьюера, утомляемость и поддержка внимания респондента. Требования к конструкции вопросника: фазы опроса и композиция вопросника, виды вопросов по методическим функциям.

Эмпирическая апробация вопросника в пробном (пилотажном) исследовании. Разработка программы пробного исследования. Априорный и апостериорный анализ адекватности вопросника его познавательной задаче.

Тема № 8. Социометрический опрос.

Общая характеристика социометрического метода как способа измерения и анализа межличностных отношений в малой социальной группе; его возможности и ограничения. Социометрические критерии, их виды. Процедура проведения социометрического опроса. Социометрическая картотека ее структура и разновидность. Виды записи результатов социометрического опроса. Социометрическая матрица. Анализ результатов социометрических измерений. Социометрические индексы и их виды. Социограмма. Проблема измерения групповой сплоченности. Использование социометрической методики для изучения и иерархии групповых ценностей.

Тема № 9. Экспертные опросы.

Определение метода экспертной оценки. Методологическое обследование применения метода экспертной оценки в социологическом исследовании, его функции, основное назначение. Области применения метода экспертной оценки. Место метода экспертной оценки в системе методов. Классификация экспертных методов. Тестирование в рамках метода экспертной оценки. Процедура проведения экспертного опроса. Подготовительный этап: его основные характеристики. Проблема измерения: требования к шкалам суждений экспертов. Этап подбора экспертов: поиск потенциальных экспертов, оценки компетентности экспертов, определение численности экспертных групп. Этап сбора экспертной информации: его процедурные особенности, преимущества процедур с обратной связью без непосредственного взаимодействия экспертов (метод Дельфи, метод качественной обратной связи, метод индивидуальной обратной связи). Этап анализа экспертом информации: его процедура и назначение. Методы обработки экспертных суждений. Преимущества, трудности, типичные недостатки в применении экспертных методов в социологии.

Тема № 10. Методика и техника глубинного интервью.

Преимущества глубинного интервью, применение проективных методов. Применение визуальных материалов. Изучение мнений особых категорий респондентов. Ограничения глубинного интервью, как метода исследования. Влияние личности интервьюера на характер полученных данных. Невозможно изучить мнение большого количества респондентов. Продолжительность исследования. Сложности при анализе полученной информации. Технология проведения глубинного интервью. Подготовка структуры интервью. Отбор респондентов и проведение глубинного интервью. Обработка и анализ результатов.

Тема № 11. Метод фокус-группы.

Понятие фокус-группы. Метод фокус-группы - качественный метод сбора социологической информации. Место метода фокус-группы в системе методов социологического исследования. Групповая динамика и этнографический подход как основные методологические принципы метода фокус-группы. Методические процедуры проведения фокус-группы. Методы «снежного кома», видео-записи, «одностороннего зеркала» и др. Решающая роль модератора (организатора дискуссии) в фокус-группе. Методы анализа данных фокус-группы. Контент-анализ. Метод межгрупповых сравнений. Лингвистический анализ. Дискурс-анализ. Анализ видеоданных. Границы и сферы применения метода фокус-группы.

Тема № 12. Отчет в социологическом исследовании.

Логика построения отчета. Метод индукции при построении отчета - сведение социологических данных в показатели. Переход от частного к общему как процесс обоснования отчета на основную гипотезу исследования. Структура отчета. Обоснование и содержание актуальности исследованной проблемы. Цель исследования как наиболее общий его результат. Характеристика объекта и предмета исследования. Теоретические и методические основы исследования. Обоснование ответов на гипотезы исследования - основная составляющая отчета. Общие выводы по результатам исследования. Приложение к отчету. Понимание рекомендаций. Цель рекомендаций - получение конкретных и поддающихся измерению результатов работы по решению проблемы. Задачи рекомендаций - обоснование действий, направленных на достижение цели. Вариативность рекомендаций. Виды рекомендаций Теоретическая и практическая рекомендации. Требования к разработке рекомендаций: соответствие проблеме и результатам исследования: конкретность, выполнимость, материальная и организационная обеспеченность, реалистичность.

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

5.1. Текущий контроль успеваемости.

Рейтинг-контроль № 1

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

Рейтинг-контроль № 2

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

Рейтинг-контроль № 3

Предоставить отчет о проведенном собственном социологическом исследовании.

5.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы для экзамена

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.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося (доклады)

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

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1., 6.2 данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература		
Музыкант, В. Л. Реклама : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. - 208 с. - (Высшее образование: Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-00780-8.	2019	https://znanium.com/catalog/product/1002350
Лопатина, Н. В. Социология маркетинга : учебное пособие / Лопатина Н. В. - Москва : Академический Проект, 2020. - 304 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-3172-2.	2020	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829131722.html
Методы социологического исследования : учебник [Электронный ресурс] / В.И. Доб-реньков, А.И. Кравченко. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 768 с.	2019	http://znanium.com/catalog/product/1008978
Готлиб, А. С. Процедуры и методы социологического исследования. Кн. 1. Классическое социологическое исследование : практикум/ А. С. Готлиб. – Москва : Флинта, 2019. - 196 с.	2019	http://znanium.com/catalog/product/1047522

Дятлов, А. В. Эмпирическое социологическое исследование : учебное пособие / А. В. Дятлов, А. М. Шаповалова. - Ростов н/Д : ЮФУ, 2019. - 104 с. - ISBN 978-5-9275-3342-8.	2019	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927533428.html
Дополнительная литература		
Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс] / Климантова Г.И., Черняк Е.М., Щегорцов А.А. - М.: Дашков и К, 2017. - 256 с.	2017	http://znanium.com/catalog/product/450818
Количественные методы в экономических исследованиях: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления [Электронный ресурс] / Под ред. М.В. Грачевой, Ю.Н. Черемных, Е.А. Тумановой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 687 с.	2017	http://znanium.com/catalog/product/1028641
Методология и методы социологического исследования: Учебник [Электронный ресурс] / Дудина В.И., Смирнова Е.Э. - СПб:СПбГУ, 2014. - 388 с.	2014	http://znanium.com/catalog/product/940854
Методология научного исследования: Учебник [Электронный ресурс] / А.О. Овчаров, Т.Н. Овчарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.	2014	http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=427047

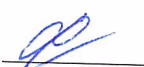
6.2. Интернет-ресурсы

1. Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. (<http://www.advertology.ru>)
2. Портал «Брендинг.Ру» - информационные и аналитические статьи ведущих зарубежных и российских практиков брендинга. (<http://www.branding.ru>)
3. Интернет-сайт газеты «PR-news», созданный для специалистов по связям с общественностью, рекламе и журналистике. (<http://www.pr-news.spb.ru>)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

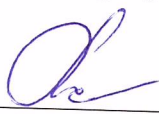
Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader.

Рабочую программу составил доцент кафедры ЖРСО Щитко В.С. 

Рецензент руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

Протокол № 9 от 21.04.22 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

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

Протокол № 9 от 21.04.22 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В. 