

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)

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор
 по образовательной деятельности
 А.А.Панфилов
 « 11 » 09 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(Наименование дисциплины)

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки: Реклама и связи с общественностью

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
3	5/180	54			90	Экзамен/36
Итого	5/180	54			90	Экзамен/36

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Социологические методы в рекламе и связях с общественностью» является изучение студентами особенностей использования социологических методов 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.

Задачами курса являются:

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Социологические методы в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Метод опроса в рекламе и связях с общественностью», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью», «Методы политических исследований» и т.п.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-2	частичное	Знать поиска, критического анализа и синтеза информации Уметь работать с различными источниками научной информации, базами данных Владеть способностью работать с большими массивами научной информации
ПК-4	частичное	Знать виды и роль основных источников профессиональной информации Уметь собирать, обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию по теме исследования Владеть навыком обработки и анализа экспериментальных данных
ПК-5	частичное	Знать основные требования, предъявляемые к составлению аналитических отчетов Уметь проводить презентацию результатов исследования Владеть текстовыми редакторами для составления отчета
ПК-6	частичное	Знать принципы обобщения и систематизации информации Уметь находить и анализировать необходимую информацию Владеть навыками применения количественных и качественных исследований
ПК-8	частичное	Знать основные принципы планирования Уметь составлять план работы Владеть навыками оценки трудоемкости и содержания работы

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

№ п/п	Наименование теми/или разделов/тем 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, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС			
1	Структура и уровни социологического знания. Соотношение теории и методологии в социологическом исследовании	3	1	2			4	1/50%		
2	Понятийный аппарат социологии в парадигме современного социологического знания.	3	1	2			4	1/50%		
3	Роль концептуальных моделей в социологических исследованиях	3	2	2			4	1/50%		
4	Виды социологического исследования	3	3	2			4	1/50%		
5	Программа и план социологического исследования	3	3	4			4	2/50%		
6	Логический анализ основных понятий концептуальной модели социологического исследования	3	4	2			4	1/50%		
7	Измерение социальных явлений	3	5	4			4	2/50%		
8	Выборочный метод в прикладной социологии	3	6	4			4	2/50%	Рейтинг-контроль № 1	
9	Методы опроса	3	7	4			4	2/50%		
10	Метод наблюдения	3	8	2			4	1/50%		
11	Метод фокус групп	3	8	2			4	1/50%		
12	Метод контент-анализа данных	3	9	2			4	1/50%		
13	Биографический метод	3	10	2			4	1/50%		
14	Тестирование	3	11	2			4	1/50%		
15	Метод экспертной оценки	3	11	2			4	1/50%		

16	Социологический эксперимент	3	12	2		4	1/50%	Рейтинг-контроль № 2
17	Методы социометрии	3	13	2		4	1/50%	
18	Измерение социальных установок	3	14	4		4	2/50%	
19	Использование статистических данных	3	15	2		4	1/50%	
20	Обобщение результатов социологического исследования в рекламе и связях с общественностью	3	16	2		4	1/50%	
21	Объяснение результатов социологического исследования	3	17	2		4	1/50%	Рейтинг-контроль № 3
22	Подготовка социологического отчета, разработка рекомендаций в рекламе и связях с общественностью	3	18	2		6	1/50%	
Всего за семестр		3		54		90	27/50 %	Экзамен/36
Наличие в дисциплине КП/КР								
Итого по дисциплине				54		90	27/50 %	Экзамен/36

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Структура и уровни социологического знания. Соотношение теории и методологии в социологическом исследовании. Понятие, структура и уровни современной социологической науки. Содержание предмета и объекта социологии. Органическая взаимосвязь теоретического и эмпирического в социологическом исследовании. Методологическая роль специальных социологических теорий. Междисциплинарный характер социологического знания. Взаимодействие социологии с другими общественными науками. Предметная область отраслевых социологических теорий.

Тема 2. Понятийный аппарат социологии в парадигме современного социологического знания. Функции и роль понятийного аппарата в социологических исследованиях. Концептуализация предметной области исследования: упорядочение, разработка понятийных схем, сравнение и синтез, порождение понятий и концепций. Теоретическая, операциональная и эмпирическая интерпретация понятий. Переход от концептуальной модели исследования к питанию предметной области исследования. Установление взаимосвязи между ключевыми понятиями и эмпирическими индикаторами, относящихся к предметной области исследования.

Разработка понятийных и эмпирических индикаторов - основное содержание процедуры теоретической и эмпирической интерпретации понятий. Эмпирический индикатор как показатель признаков объекта, доступных наблюдению и измерению. Операционализация понятий - раскрытие содержания эмпирических признаков и средств их фиксации. Границы операционализации понятий в социологическом исследовании.

Тема 3. Роль концептуальных моделей в социологических исследованиях. Исследовательские социологические парадигмы. Мультипарадигмальный подход при построении концептуальных моделей. Принцип системности к методологии социологического познания. Основные понятия системного подхода, их взаимосвязь с классическими категориями целостности, структурой, элементами и др. Системный подход при выработке социальных показателей.

Тема 4 Виды социологического исследования.

Понятие «организации социологического исследования». Социологическое исследование и социальная информации. Научная организация социологического

исследования - условия получения достоверной социальной информации. Структура процесса организации социологи четкого исследования, основные принципы его планирования. Виды социологических исследований: пилотажный, описательный, аналитический и прогностический. Структурная характеристика этапов и процедур. Разработка программы организации социологического исследования, рабочего плана его осуществления. Планированием проведение комплекса организационно-подготовительных мероприятий исследования. Выбор методов, методик и технических средств сбора и обработки социальной информации. Социальная значимость и надежность результатов социологического исследования для управленческой практики и социальных прогнозов познавательной деятельности.

Тема 5. Программа и план 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 6. Логический анализ основных понятий концептуальной модели социологического исследования. Проблемная ситуация как исходное начало поисковой деятельности исследователя и способы ее логического анализа. Виды проблемы: научные и социальные. Проблема как форма научно-теоретического отображения проблемной ситуации. Проблема как противоречивое соотношение научных знаний и средств решения актуальной задачи; конкретного состояния социального объекта и возможности его преобразования, развития. Объект социологического исследования как область социальной реальности и носитель проблемной ситуации. Способы теоретического и эмпирического описания объекта. Концептуальная модель объекта, структурные, функциональные, генетические и другие факторы и связи, их значение в раскрытии предметной области социологического исследования. Требования к формальным и содержательным аспектам проблема, их методологическая роль в исследовании.

Тема 7. Измерение социальных явлений. Понятие социального показателя, его природа. Понятие социального показателя в социологии и статистике, других общественных науках. Общие и индивидуальные характеристики. Методологические принципы построения системы социальных показателей. Существующие системы показателей: социологическая, социально-статическая, экономическая и др. Характеристика системы показателей социальной статистики как основы количественных характеристик социальных процессов. Количественно-качественная природа социального показателя, диалектическое единство. Качественная сторона показателя как выражение сущности изучаемого социального объекта. Выбор методик адекватного количественно отражения изучаемой качественной характеристики социального объекта. Трехмерность социального показателя, как один из принципов измерения и социологии. Связь цели исследования с обоснованием системы показателей «на входе исследования» и возможностью их интерпретации «на выходе». Ориентация на возможность имеющейся технической базы. Проблемы измерения социальных показателей. Выделение фрагментов социальной действительности в качестве показателя: «внутренних» свойств социального объект а, недоступных непосредственному измерению. Обоснование связи между показателями и исследуемыми свойствами социальной реальности. Данные и показатели. Основные направления в применении количественных методов измерения в социологии.

Тема 8. Выборочный метод в прикладной социологии. Сущность выборки. Генеральная и выборочная совокупность. Место выборочного метода в решении социологических задач. Основные понятия выборочного метода. Вероятностные и не строго случайные методы построения выборки. Основные типы выборки, построенные методом вероятностного отбора. Качество оценки генеральной совокупности по результатам выборочного исследования: несмещенность, состоятельность, эффективность. Репрезентативность выборки как свойство, позволяющее моделировать характеристики генеральной совокупности, значимые с точки зрения социологического исследования.

Тема 9. Методы опроса Анкетирование. Понятие опроса в социологической литературе. Методологические предпосылки использования метода опроса в социологическом исследовании. Роль и значение опроса в комплексе социологических методов сбора информации. Познавательные-исследовательские возможности метода опроса нет пределы. Программа опроса, ее структура и функции. Этапы и. процедуры опроса. Методика и техники проведения опроса. Структурно-классификационные: принципы проектирования инструментария при использовании метода опроса и 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. 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. Типы интервью. Трудности применения интервью в социологическом исследовании. Подготовка и подбор интервьюеров. Качество, знания и умение интервьюера. «Эффект интервьюера». Особенности обработки и анализа информации, полученной методом интервью. Недирективный метод интервью. Общая характеристика метода. История метода: теоретико-методологические истоки, основатели, клиника З.Фрейда и психотерапия К. Роджерса. Правила, методика и техника проведения. Обработка материалов интервью. Тактика и искусство интервьюера. Статус получаемых знаний. Моральные обязательства интервьюера. Соотнесение с клиническим и групповым видами интервью.

Тема 10. Метод наблюдения. Методологическое обоснование метода наблюдения в социологическом исследовании, место в системе сбора первичной социальной информации. Определение метода наблюдения. Применение в российской и зарубежной социологической практике. Наблюдение в познании социальной действительности. Специфика социального наблюдения. Классификация видов наблюдения, их характеристика. Процедура проведения наблюдений. Планирование наблюдений. Программа проведения наблюдений. Объект и предмет наблюдений. Условия наблюдения. Выбор единиц наблюдения. Этапы и процедуры проведения наблюдения. Инструментарий наблюдения: дневник, инструкция наблюдателя, карточка наблюдателя. Анализ и обработка материалов наблюдения. Преимущества, трудности, типичные недостатки в применении метода наблюдения.

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. Метод контент-анализа данных. Понятие документа в социологии. Документы как важнейший источник социологической информации. Классификация документов. Общая характеристика традиционных приемов в социологическом изучении содержания документальных источников. Методологические и методические вопросы формализованного анализа документов. Проблема языка документов. Возможности семантического анализа. Сущность контент-анализа и его общая характеристика. Основные направления использования. Сущность метода, его сильные и слабые стороны. Специфика применения метода контент-анализа при изучении документов, их систематизация. Анализ публикаций в прессе писем как фактор изучения и формирования общественного мнения. Инструментарий метода контент-анализа, его основные параметры. Техническая сторона контент-анализа. Соотношение метода контент-анализа с другими приемами социологического анализа документов и методами социологического исследования.

Тема 13. Биографический метод. Общая характеристика метода. К истории использования метода в социальных науках. Влияние чикагской школы. Стратегия проведения. Анализ текстов. Обзор тематических областей. Правила транскрипции на бумаге. Методы оценки качества. Валидность, достоверность и надежность. Социокультурная специфика использования метода. Описание результатов конкретного франко-российского исследования российских предпринимателей.

Тема 14. Тестирование. Понятие теста. Роль тестирования в социологическом исследовании. Принципы тестирования. Процедура и методика тестирования. Ситуационные переменные в процессе тестирования. Шкалы в тестировании. Полные и сокращенные шкалы. Выборка в тестировании. Анализ первичной информации. Основные статистические понятия в тестировании. Надежность тестов. Стандартная ошибка измерения. Интерпретация результатов теста.

Тема 15. Метод экспертной оценки. Определение метода экспертной оценки. Методологическое исследование 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 16. Социологический эксперимент. Общая характеристика, применение и значение экспериментального метода в науке. Специфика использования эксперимента в социологических исследованиях, его возможности и границы применения. Основные черты экспериментального метода социологических исследований, контроль за экспериментальными условиями, проблема изоляции контрольных факторов, выравнивание экспериментальных условий. Логическая структура эксперимента. Планирование и основные схемы эксперимента. Контрольные экспериментальные

группы, виды применения и средства их измерения в эксперименте. Способы выравнивания характеристик в экспериментальных условиях и контрольных группах. Структура вывода по результатам измерения. Виды экспериментов: полевой, лабораторный и естественный. Другие возможности классификации социальных экспериментов: по характеру логической структуры доказательства гипотез, по типу создаваемой экспериментальной обстановки. Основные виды и этапы деятельности социолога в проведении социального эксперимента.

Тема 17. Методы социометрии. 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 18. Измерение социальных установок. Определение понятия «социальная установка», ее связь с интересом личности. Направленность установки как предпосылка прогноза характера массового действия. Исследование установок методами прикладной социологии шкалированием. Шкала самооценки, ее конструирование и возможности использования. Шкала ранжирования, ее конструирование и возможности использования. Метод парных сравнений, его сущность, использование при измерении «социальных дистанций». Шкала Богардауса, ее конструирование и возможности использования. Шкала Терстоуна, ее конструирование и возможности использования. Пять этапов построения.

Тема 19. Использование статистических данных. Структура органов статистики (ЦСУ РФ). Виды статистики и основные формы стат. отчетности (сводки, бюллетени, статистические сборники и т.д.). Межотраслевые и отраслевые формы отчетности. Периодическая и единовременная отчетность. Бухгалтерская отчетность в организации. Статистика населения (переписи). Плотность населения. Статистика, получаемая с помощью новых информационных технологий. Автоматизированные информационные системы. Электронные почты.

Тема 20. Обобщение результатов социологического и подготовка аналитического отчета. Компактное описание социологической информации (построение вариационных рядов, группировки данных). Измерение связей между признаками изучаемого социального явления. Частотное распределение: табличные представления, виды частот, графическое распределение. Числовые характеристики массива данных: среднее значение, меры рассеяния, меры асимметрии и эксцесса распределения, меры концентрации и кривая концентрации. Относительные числа и общие индексы. Теория статистических решений. Проверка гипотез: виды ошибок при проверке гипотез, виды критериев, практика проверки гипотез. Методы прикладной статистики. Методы анализа нечисловых данных в социологическом исследовании: таблицы сопряженности, методы визуализации, анализ текстовых данных, открытых вопросов, латентно-структурный анализ. Непараметрические методы - экспертные оценки, согласованность мнений экспертов.

Тема 21. Объяснение результатов социологического исследования. Принципы объяснения результатов исследования: предопределенность задачами исследования; «работа» в рамках концептуальной и операциональной модели исследования, связь с проблемой исследования; истолкование показателей исследования в их взаимосвязи; привлечение «сторонней» качественной и количественной информации, относящейся к проблеме исследования, и др. Процедура объяснения результатов исследования. Переход от индикаторов к показателям. Формирование индексов, шкальных оценок. Типологизация. Ранжирование по значимости. Выделение и ранжирование обуславливающих факторов (причин). Использование гипотез при объяснении

результатов. Оценка результатов исследования. Соотнесение данных как форма оценки. Внутреннее соотнесение. Внешнее соотнесение. Выявление взаимосвязи состояния показателей. Методы исключения. Влияние социолога на процесс объяснения результатов.

Тема 22. Подготовка социологического отчета, разработка рекомендаций.
Логика построения отчета. Метод индукции при построении ответа - сведение социологических данных в показатели. Переход от частного к общему как процесс обоснования ответа 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. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Социологические методы в рекламе и связях с общественностью» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Интерактивная лекция (темы № 1-22);
- Групповая дискуссия (темы № 6-15);
- Тренинг (тема № 5, 18);
- Анализ ситуации (тема № 18).

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

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3).

Вопросы на рейтинг-контроль № 1

Тест

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

Вопросы на рейтинг-контроль № 2

Тест

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

Вопросы на рейтинг-контроль № 3

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

Вопросы 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

Примерный перечень вопросов на экзамен

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.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
1. 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
2. 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
3. Методы социологического исследования : учебник [Электронный ресурс] / В.И. Добренчиков, А.И. Кравченко. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 768 с.	2019		http://znanium.com/catalog/product/1008978
4. 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
Дополнительная литература			
2. 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
3 Исследования в рекламе [Электронный ресурс] / Джафаров К.А. - Новосибирск : НГТУ, 2010. - 91 с.	2010		http://znanium.com/catalog/product/556899
4. Методология и методы социологического исследования: Учебник [Электронный ресурс] / Дудина В.И., Смирнова Е.Э. - СПб: СПбГУ, 2014. - 388 с.	2014	1	http://znanium.com/catalog/product/940854

7.2. Периодические издания

1. Коммуникология - международный научный журнал (<https://www.communicology.us/>).
2. Пиар в России - всероссийский научно-популярный журнал.
3. Советник - журнал о связях с общественностью и рынке PR.
4. Журнал «Служба PR» - журнал адресован работникам пресс-служб, отделов по связям с общественностью государственных и коммерческих структур, специалистам консалтинговых фирм.
5. Журнал «Пресс-служба» - журнал для пресс-секретарей, руководителей пресс-служб и специалистов по связям с общественностью.
6. Электронный журнал по маркетингу. Включает темы брэндинга, рекламы, PR, продаж, открытую библиотеку исследований. (<http://www.4p.ru>).
7. Социс - ежемесячный научный и общественно-политический журнал Российской Академии наук (<http://socis.isras.ru/>)

7.3. 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 журналистики. (<http://www.pr-news.spb.ru>)

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Практические/лабораторные работы проводятся в аудитории 229-3.

Рабочую программу составил доц. Щитко В.С. Щитко

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.2019 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. Латышева

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

Протокол № 1 от 11.09.2019 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В. Латышева

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

НАИМЕНОВАНИЕ

образовательной программы направления подготовки *код и наименование ОП*,

направленность: *наименование (указать уровень подготовки)*

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Зав. кафедрой _____ / _____

Подпись ФИО