




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования


**«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)**

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»

  
Т.Д. Лыкова  
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Департамента коммуникаций и медиа

  
В.А. Казакова  
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Практикум по разработке и проведению социологического исследования

**Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**Форма подготовки очная**

курс 3, семестр 6

лекции 18 час.

практические занятия 18 час.

лабораторные работы \_ час.

в том числе с использованием МАО лек. 6/ пр. 6/ лаб. час.

всего часов аудиторной нагрузки 36 час.

в том числе с использованием МАО 12 час.

самостоятельная работа 36 час.

в том числе на подготовку к экзамену \_ час.

контрольные работы (количество) \_

курсовая работа / курсовой проект \_ семестр

зачет 6 семестр

экзамен \_ семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями собственного образовательного стандарта ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 21.10.2016.

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента социальных наук, протокол № 14 от «09» июля 2019 г.

Директор департамента: профессор, канд. ист. наук Кузина И.Г.

Составитель: канд. социол. наук, доцент Осмачко Н.В.

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании ДСН:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании ДСН:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» предназначена для студентов 3 курса, обучающихся по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профилю «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Трудоемкость дисциплины составляет 2 з. е., 72 час.

Дисциплина «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» относится к дисциплинам по выбору, вариативной части, блока 1 (Б1.В.ДВ.07.03) учебного плана подготовки бакалавров, разработанного в соответствии с требованиями ОС ВО ДВФУ.

Данная дисциплина логически и содержательно связана с такими курсами, как «Социология», «Логика», «Теория и практика массовой информации», «Риторика и академическое письмо», «Основы рекламы и связей с общественностью», «Основы проектной деятельности», «Профессии в рекламной и PR деятельности», «Теория и практика управления рекламной и PR-деятельностью», «Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере», «Теория коммуникации и практика делового общения», «Межкультурные и деловые коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «История рекламной и PR-деятельности», «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности», «Мониторинговые технологии и медиакоммуникации», «Управление конфликтами в организациях», «Социология девиантного поведения», «Технологии управления общественным мнением в рекламе и связях с общественностью», «Научно-исследовательский семинар», а также следующими видами практик: «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности», «Практика по получению профессиональных умений и опыта организационно-управленческой деятельности», «Научно-исследовательская работа».

В преподавании курса «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» учитывается содержание всех этих дисциплин, углубляются представления студентов о содержании научно-исследовательской деятельности, развиваются навыки разработки и проведения социологического исследования с учетом специфики будущей профессиональной деятельности бакалавров.

Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 час., в т. ч. в интерактивной форме 6 час.), практические занятия (18 час., в т. ч. в интерактивной форме 6 час.), самостоятельная работа студента (36 час.). Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре. Форма контроля – зачет.

Структура и содержание дисциплины включает обсуждение специфики социологических исследований, выявление особенностей их использования в рекламной деятельности и связях с общественностью, развитие умений и навыков разработки программы и инструментария социологического исследования, проведения, оформления и представления результатов социологического исследования.

Знакомство с литературой по проблемам организации социологических исследований, социологии призвано помочь студентам ориентироваться не только в прикладных аспектах разработки и проведения социологических исследований, но и в специфике их использования в рекламной деятельности и связях с общественностью.

**Целью курса** является формирование у студентов представлений о специфике социологических исследований, в т. ч. рекламной деятельности и связях с общественностью, формирование практических умений и навыков осуществления социологического исследования.

**Задачи освоения дисциплины:**

- сформировать у студентов целостное представление о специфике, видах и технологии социологического (эмпирического) исследования;

- сформировать у студентов представление об особенностях использования социологических исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью;

- развить у студентов умения и навыки разработки программы и инструментария социологического исследования;

- развить у студентов навыки применения выборочного метода в социологическом исследовании;

- развить у студентов умения и навыки проведения социологического исследования;

- развить у студентов навыки применения информационных технологий, методов анализа данных социологического исследования;

- развить у студентов навыки оформления и представления результатов социологического исследования.

Для успешного изучения дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня (ОК-1);

- готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР (ОК-2);

- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОК-3);

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности (ОК-5);

- способность понимать, использовать, порождать и грамотно излагать инновационные идеи на русском языке в рассуждениях, публикациях, общественных дискуссиях (ОК-6);

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-12);

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-13);

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-14);

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- способность проводить маркетинговые исследования (ПК-10);

- способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-11);

- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-12).

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие учебно-познавательные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УПК-1 способность использовать методы социогуманитарных наук для формирования междисциплинарного подхода в профессиональной деятельности	Знает	специфику, виды, технологию социологического исследования; методы социологического исследования; значение социологических (в т. ч. прикладных) исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью.
	Умеет	определять необходимость проведения социологического исследования в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить социологическое исследование; отбирать методы социологического исследования, разрабатывать его инструментарий.
	Владеет	навыками обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала социологического исследования; навыками его подготовки, осуществления полевых работ, навыками отбора и обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании; навыками разработки его инструментария.
ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения	Знает	предмет и понятийно-категориальный аппарат социологии массовых коммуникаций; функции социологических исследований; опыт социологических исследований в интересующей области; возможности применения социологических методов в оценке коммуникаций.
	Умеет	раскрывать значение знаний о предметном поле социологии массовых коммуникаций в рекламной деятельности и связях с общественностью; определять возможности применения социологических методов в оценке коммуникаций в рекламной деятельности и связях с общественностью; использовать результаты социологических исследований в оценке бизнес-проектов в рекламной деятельности и связях с общественностью.
	Владеет	навыками обоснования необходимости проведения социологического исследования в сфере рекламных коммуникаций или связей с общественностью; навыками разработки методики для оценки данных социологического исследования для оценки коммуникаций в рекламной деятельности или связях с

		общественностью; навыками анализа результатов социологических исследований в процессе оценки бизнес-проектов в рекламных коммуникациях и связях с общественностью.
--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: проблемная лекция, семинар – круглый стол, семинар – кейс-задача, семинар – творческое задание: подготовка научного отчета и представление результатов социологического исследования.

## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

**Лекции (18 ч., в том числе 6 ч. с использованием методов активного обучения)**

**Раздел I. Социологические исследования как специфический вид познавательной деятельности (6 часов)**

**Тема 1. Сущность, функции, виды и технология социологических исследований (2 часа)**, с использованием метода активного обучения – проблемная лекция (2 часа)

Содержание понятия «социологическое исследование». Признаки и принципы социологических исследований. Реализация принципа междисциплинарности в проведении социологических исследований. Функции социологических исследований.

Основания классификации и виды социологических исследований.

Социология массовых коммуникаций как предметное поле проведения социологических исследований в рекламе и связях с общественностью.

Роль социологических исследований в рекламе и связях с общественностью. Возможности применения социологических исследований в оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций. Понятия заказа и заказчика в социологическом исследовании.

Технология социологического исследования. Понятия «метод»,



«методика», «процедура» и «инструментарий» исследования; их взаимосвязь.

**Тема 2. Методы социологических исследований (4 часа), с использованием метода активного обучения – проблемная лекция (2 часа)**

Основания классификации и виды методов социологических исследований. Общее и особенное в методах социологического и маркетингового исследований.

Методы сбора и анализа данных. Количественные и качественные; опросные и неопросные методы социологических исследований. Методы прикладных социологических исследований.

Опыт применения социологических методов в изучении рекламных коммуникаций и связей с общественностью.

Выборочный метод в социологическом исследовании: понятие, процедура, виды. Условия применения выборочного метода.

**Раздел II. Подготовка и проведение социологического исследования (8 часов)**

**Тема 3. Методологические и методические аспекты разработки программы социологического исследования (6 часов)**

Понятие программы социологического исследования. Значение (функции) программы в проведении исследования. Общие требования к разработке программы исследования.

Структура программы исследования: методологический, методический (процедурный) и итоговый разделы.

Проблема как предпосылка проведения социологического исследования. Виды проблем. Требования к формулировке проблем.

Определение объекта и предмета социологического исследования. Формулировка цели и задач социологического исследования.

Логический анализ основных понятий в программе социологического исследования.

Понятие и виды гипотез. Требования к формулировке гипотез.

Понятие принципиального (стратегического) плана. Обоснование

выборки единиц наблюдения, методов сбора и анализа эмпирических данных.

#### **Тема 4. Документационное обеспечение и полевые работы в социологическом исследовании (2 часа)**

Основная документация социологического исследования. Функции рабочего плана исследования. Принципы и правила разработки рабочего плана. Структура рабочего плана. Понятие, значение и структура бюджета социологического исследования.

Вспомогательные документы и нормативы социологического исследования. Понятие полевых работ. Менеджмент полевых работ. Значение пилотажа и контроля качества работ в социологическом исследовании.

Документационное регулирование взаимодействий заказчика и подрядчика в социологическом исследовании.

#### **Раздел III. Анализ данных и оформление результатов социологического исследования (4 часа)**

##### **Тема 5. Методы анализа данных в социологическом исследовании (2 часа), с использованием метода активного обучения – проблемная лекция (2 часа)**

Классификация методов анализа данных в социологическом исследовании.

Назначение методов качественного анализа данных. Процедура и основные приемы анализа качественных данных.

Назначение методов количественного анализа данных. Процедура и основные приемы анализа количественных данных.

Возможности применения информационных технологий в процессе обработки и анализа данных.

##### **Тема 6. Оформление результатов социологического исследования (2 часа)**

Основные направления применения результатов социологических исследований в рекламе и связях с общественностью.

Формы представления результатов исследования и принципы их

оформления. Структура научного отчета о результатах исследования и правила его написания.

Возможности использования результатов социологического исследования в курсовой и выпускной квалификационной работах.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

**Практические занятия (18 ч., в том числе 6 ч. с использованием методов активного обучения)**

**Занятие 1. Социологические исследования как специфический вид познавательной деятельности (2 часа), с использованием метода активного обучения – круглый стол (2 часа)**

1. Субъекты и функции социологических исследований.
2. Позиция заказчика социологического исследования; формы его взаимодействия с подрядчиком.
3. Виды социологических исследований.
4. Опыт осуществления социологических исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью.

**Занятие 2. Методологический раздел программы эмпирического социологического исследования (2 часа)**

1. Проблемная ситуация, проблема, объект, предмет, цели и задачи, гипотезы исследования.
2. Логический анализ основных понятий, связанных с предметом исследования.
3. Взаимосвязь элементов методологического раздела программы социологического исследования.

**Занятие 3. Разработка методологического раздела программы социологического исследования бизнес-проекта в сфере рекламных**

**коммуникаций (2 часа)**, с использованием метода активного обучения – кейс-задача (2 часа)

**Занятие 4. Методический раздел программы социологического исследования: обоснование выборки единиц наблюдения (2 часа)**

1. Понятие, процедура и методы выборки в социологическом исследовании.
2. Понятие и виды ошибок выборки.
3. Проектирование выборки единиц наблюдения (на примере конкретной проблемы).

**Занятие 5. Методический раздел программы социологического исследования: обоснование стратегического плана (2 часа)**

1. Понятие и виды стратегических планов в социологическом исследовании.
2. Определение стратегического плана собственного социологического исследования.

**Занятие 6. Опросные методы социологического исследования (2 часа)**

1. Понятие, познавательные возможности и классификация опроса.
2. Вопрос и опросный лист как инструменты социологического опроса.
3. Особенности применения социологического опроса (методов анкетирования и интервьюирования) в рекламной деятельности и связях с общественностью.

**Занятие 7. Неопросные методы социологического исследования (2 часа)**

1. Понятие, познавательные возможности, виды и инструментарий наблюдения.

2. Методы анализа документов в социологическом исследовании.

3. Возможности применения неопросных методов социологического исследования в рекламе и связях с общественностью (на примере конкретного исследования).

**Занятие 8. Значение прикладного социологического исследования в рекламной деятельности и связях с общественностью (2 часа)**

1. Специфика прикладных социологических исследований.

2. Опыт прикладных социологических исследований в рекламе и связях с общественностью.

3. Возможности применения прикладного социологического исследования в рекламе и связях с общественностью (на примере конкретных бизнес-проекта, проблемы, объекта или процесса).

**Занятие 9. Оформление и представление результатов социологического исследования (на примере конкретной проблемы в рекламе или связях с общественностью) (2 часа), с использованием метода активного обучения – творческое задание (2 часа)**

1. Структура и содержание научного отчета о результатах социологического исследования.

2. Принципы и формы презентации результатов социологического исследования.

3. Представление научного отчета о результатах социологического исследования.

**III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

#### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Лекционные занятия №№ 1-5. Практические занятия №№ 1,4,5-9.	УПК-1	Знает	Собеседование (УО-1), конспект (ПР-7).	Вопросы к зачету №№ 1-30,36,38.
			Умеет	Программа и инструментарий социологического исследования (ПР-11), научный отчет о результатах социологического исследования (ПР-13).	Программа и инструментарий, научный отчет о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).
			Владеет	Программа и инструментарий, научный отчет о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).	Программа и инструментарий, научный отчет о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).
2	Лекционные занятия №№ 1,3,5,6. Практические занятия №№ 1,2,3,8,9.	ПК-14	Знает	Собеседование (УО-1), конспект (ПР-7).	Вопросы к зачету №№ 1,3,4-7,13-15,38-40.
			Умеет	Научный отчет о результатах социологического исследования (ПР-13).	Текст научного отчета и доклад о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).
			Владеет	Научный отчет о	Текст научного

				результатах социологического исследования (ПР-13).	отчета и доклад о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).
--	--	--	--	--	---

Типовые контрольные вопросы, примерные темы социологических исследований, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта исследовательской деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

## **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Вышегородцев, М. М. Общая социология [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. М. Вышегородцев, Г. Т. Журавлев, С. А. Шапиро и др. ; под ред. М. М. Вышегородцева. - М. : КноРус, 2016. - 277 с. - 7 экз. - [Режим доступа: http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:837940&theme=FEFU](http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:837940&theme=FEFU)
2. Горелов, Н. А. Методология научных исследований : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов. - М. : Юрайт, 2016. - 290 с. - 3 экз. - Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:811895&theme=FEFU>
3. Космин, В. В. Основы научных исследований (общий курс) : учебное пособие / В. В. Космин. - М. : Риор, Инфра-М, 2015. - 213 с. - 3 экз. - Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:795570&theme=FEFU>

4. Кравченко, А. И. Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс] : учебник / А. И. Кравченко. - М. : Юрайт, 2015. - 828 с. - Режим доступа: [http://www.biblio-online.ru/thematic/?5&id=urait.content.8F619903-7593-409F-8EFD-7221A7057E8D&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?5&id=urait.content.8F619903-7593-409F-8EFD-7221A7057E8D&type=c_pub)

5. Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс] : практикум / сост. Ю. В. Шмарион, Ю. В. Караваева, С. В. Литвинова. – Липецк : изд-во Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского, 2017. - 132 с. - Режим доступа: [https://e.lanbook.com/book/111977#book\\_name](https://e.lanbook.com/book/111977#book_name)

6. Розанова, Н. М. Научно-исследовательская работа студента : учебно-практическое пособие / Н. М. Розанова. - М. : КноРус, 2016. - 255 с. - 5 экз. - Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:797721&theme=FEFU>

7. Тавокин, Е. П. Основы методики социологического исследования : учебное пособие / Е. П. Тавокин. - М. : Инфра-М, 2017. - 238 с. - 10 экз. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:843280&theme=FEFU>

### **Дополнительная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Готлиб, А. С. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы [Электронный ресурс] / А. С. Готлиб. - Электрон. текстовые данные. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 382 с. - Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=51896](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=51896)

2. Готлиб, А. С. Процедуры и методы социологического исследования: практикум. Книга 1. [Электронный ресурс] / А. С. Готлиб, И. Е. Столярова, С. Н. Фазульянова, Я. Н. Крупец и др. - Электрон. текстовые данные. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 196 с. - Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=51987](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=51987)



3. Готлиб, А. С. Процедуры и методы социологического исследования: практикум. Книга 2. [Электронный ресурс] / А. С. Готлиб, Я. Н. Крупец, А. М. Алмакаева, Е. В. Петрушкина и др. - Электрон. текстовые данные. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 364 с. - Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=51988](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=51988)
4. Горшков, М. К. Прикладная социология : методология и методы [Электронный ресурс] : интерактивное учебное пособие / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги. - М. : Наука, 2012. - 402 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:714863&theme=FEFU>
5. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс] : учебник / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк. - М. : Дашков и К, 2014. - 256 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=IPRbooks:IPRbooks-24752&theme=FEFU>
6. Могильчак, Е. Л. Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. Л. Могильчак. - Екатеринбург : изд-во Уральского федерального университета, 2015. - 120 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/98656#authors>
7. Овчаров, А. О. Методология научного исследования : учебник / А. О. Овчаров, Т. Н. Овчарова. - М. : Инфра-М, 2015. - 304 с. - Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:796897&theme=FEFU>
8. Романычев, И. С. Социальная квалиметрия, оценка качества и стандартизация социальных услуг [Электронный ресурс] / И. С. Романычев, Н. Н. Стрельникова, Л. В. Топчий. - М. : Дашков и К, 2016. - 184 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020230.html>
9. Тезаурус социологии : тематический словарь-справочник. Кн. 2 . Методология и методы социологических исследований / под ред. Ж. Т. Тощенко. - М. : Юнити-Дана, 2014. - 415 с. - 10 экз. - Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:732601&theme=FEFU>
10. Управление эффективностью социальных учреждений [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие / Е.И. Комаров, Н.Н.

Стрельникова, И.В. Малофеев. - М. : Дашков и К, 2016. – 304 с.  
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020810.html>

11. Хамидуллин, Н. Р. Методика и техника социологических исследований [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Н. Р. Хамидуллин. - Электрон. текстовые данные. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 111 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71287.html>.

12. Шавель, С. А. Инновационное развитие отраслей социальной сферы / С. А. Шавель и др.; под общ. ред. С. А. Шавеля. - Минск : Беларуская навука, 2017. - 347 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850821843.html>

13. Яковлева, Н. Ф. Социологическое исследование : учебное пособие / Н. Ф. Яковлева. - М. : Флинта, 2014. - 250 с. - Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=Lan:Lan-48359&theme=FEFU>

14. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности [Электронный ресурс] / В. А. Ядов. - М. : Омега-Л, 2007. - 600 с. - Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/769/68769>

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Библиотека Гумер – социология. - Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/INDEX\\_SOCIO.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/INDEX_SOCIO.php)

2. Большой толковый социологический словарь терминов онлайн. - Режим доступа: <http://www.onlinedics.ru/slovar/soc/a.html>

3. Результаты исследований Агентства социальной информации. - Режим доступа: <https://www.asi.org.ru/>

4. Результаты исследований ВЦИОМ. - Режим доступа: <https://wciom.ru/research/research/>

5. Результаты исследований Левада-Центр. - Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
6. Словари и энциклопедии на Академике. - Режим доступа: <http://dic.academic.ru/>
7. Федеральный образовательный портал ЭСМ «Экономика. Социология. Менеджмент». - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>
8. Электронная библиотека социологического факультета МГУ им. Ломоносова. - Режим доступа: <http://lib.socio.msu.ru/>
9. Электронная версия журнала «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» (ВЦИОМ) - Режим доступа: [https://wciom.ru/books\\_magazines/zhurnal\\_monitoring/](https://wciom.ru/books_magazines/zhurnal_monitoring/)
10. Электронная версия журнала «Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии» (Левада-Центр). - Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
11. Электронная версия журнала «Социология: методология, методы и математическое моделирование» (Социология: 4М). - Режим доступа: <http://www.isras.ru/4M.html>
12. Электронная версия журнала Российской академии наук «Социологические исследования». - Режим доступа: <http://socis.isras.ru/>

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

Для подготовки мультимедийных презентаций лекций, выступлений на практических занятиях используется программа PowerPoint.

Для обработки данных исследования (практическое занятие № 9) используется программа Excel.

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Методические рекомендации по работе с литературой по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

Основным методом самостоятельного овладения знаниями является работа с литературой. Это сложный процесс, требующий выработки определенных навыков, поэтому студенту рекомендуется придерживаться системного подхода к освоению материала. В работе с литературой системный подход предусматривает не только внимательное чтение текста и изучение специальной литературы, но и обращение к дополнительным источникам справочникам, энциклопедиям, словарям, которые являются основными помощниками в самостоятельной работе обучающегося, так как глубокое изучение именно их материалов позволит студенту освоить новую научную терминологию, а затем самостоятельно оперировать теоретическими категориями и понятиями. Такого рода работа с литературой обеспечивает решение студентом поставленной перед ним задачи (разработка программы и инструментария социологического исследования, научного отчета и т. д.).

Литература для изучения обычно выбирается из списка литературы, выданного преподавателем, либо путем самостоятельного отбора материалов. После этого непосредственно начинается изучение материала, изложенного в источнике.

При изучении материала источника необходимо обращать особое внимание на комментарии и примечания, которыми сопровождается текст. Они разъясняют отдельные места текста, дополняют изложенный материал, указывают ссылки на цитируемые источники, объясняют малоизвестные или иностранные слова и др.

Во время изучения литературы следует конспектировать и составлять рабочие записи прочитанного, которые могут быть сделаны и в виде простого и развернутого плана, цитирования, тезисов, резюме, аннотации, конспекта. Такие записи удлиняют процесс проработки, изучения книги, но

способствуют ее лучшему осмыслению и усвоению, выработке навыков кратко и точно излагать материал.

Наиболее надежный способ собрать нужный материал – составить конспект, который представляет собой краткое изложение своими словами содержания книги. Конспекты позволяют восстановить в памяти ранее прочитанное без дополнительного обращения к самой книге. При их составлении следует пользоваться различными приемами выделения отдельных частей текста, ключевых выражений, терминов, основных понятий (выделение абзацев, подчеркивание, написание жирным шрифтом, курсивом, использование цветных чернил и т. п.). Желательно оставлять поля для внесения дополнений, поправок или фиксации собственных мыслей по данной записи, возможно, не совпадающих с авторской точкой зрения.

При изучении литературы особое внимание следует обращать на новые термины и понятия. Понимание сущности и значения терминов способствует формированию способности логического мышления, приучает мыслить абстракциями, что важно при усвоении дисциплины. Поэтому при изучении темы курса студенту следует активно использовать универсальные и специализированные энциклопедии, словари, иную справочную литературу.

Вся рекомендуемая для изучения дисциплины литература подразделяется на основную и дополнительную. К основной относятся источники, необходимые для полного и твердого усвоения учебного материала. Необходимость изучения дополнительной литературы диктуется, прежде всего тем, что в учебной литературе нередко остаются неосвещенными результаты современных социологических исследований, проблемы их проведения. Поэтому дополнительная литература рекомендуется для более углубленного изучения программного материала.

**Методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

Практическое занятие – основная форма организации учебного процесса по данной дисциплине, заключающаяся в выполнении студентами под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения теоретико-методических основ подготовки и проведения социологического исследования, приобретения умений и навыков, опыта исследовательской деятельности

В системе подготовки бакалавров практические занятия позволяют сформировать профессиональные и учебно-познавательные компетенции. Содержание практических занятий и методика их проведения должны обеспечивать развитие творческой, научно-исследовательской активности студента. В ходе их проведения создаются условия для развития научного мышления, аналитических умений и навыков обучающихся. Практические занятия позволяют проверить знания студентов, в связи с чем они выступают важным средством достаточно оперативной обратной связи.

Цели практических занятий:

- помочь обучающимся сформировать и систематизировать знания теоретического характера в области социологических исследований, возможностей их использования в рекламной деятельности и связях с общественностью, в оценке бизнес-проектов;
- обучить студентов практическим методам разработки и проведения социологических исследований;
- способствовать овладению навыками и умениями решения исследовательских задач в рекламной деятельности и связях с общественностью на основе применения социологических методов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо придерживаться следующих рекомендаций.

Практические занятия проводятся с группой и строятся как беседа, собеседование по каждому вопросу плана.

Планы семинарских занятий определяют круг важных проблем, теоретическое понимание которых важно для их практического решения.

Семинарские занятия предназначены для самостоятельной проработки студентами ключевых проблем на основе активного привлечения литературы о социологических исследованиях, материалов, отражающих опыт современных социологических исследований, а также ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Контрольные вопросы позволяют определить степень соответствия знаний имеющимся требованиям. Использование контрольных вопросов облегчает усвоение теории, позволяет воспринимать дисциплину «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» как конкретную, практическую, дает возможность эффективнее использовать время на занятиях.

На практических занятиях по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» применяются такие методы, как собеседование, опрос.

Подготовка студентов к занятию включает в себя несколько этапов.

1. Ознакомление с темой семинарского занятия и вопросами, выносимыми на обсуждение.
2. Составление списка рекомендуемой литературы. Эта работа может быть проделана как преподавателем, так и студентами. Оправдывает себя поручение составления списка литературы одному или нескольким студентам с последующей корректировкой его преподавателем.
3. Составление конспекта по вопросам плана семинарского занятия.
4. Выполнение заданий, сформулированных преподавателем на предыдущем семинарском занятии.
5. Получение консультации у преподавателя по аспектам, обусловившим затруднения у студента.

### **Семинар - круглый стол**

Круглый стол проводится на практическом занятии № 1.

Круглый стол – это особая форма проведения семинара, цель которого – приводить к конкретным решениям исследовательских проблем и вопросов

их методического обеспечения. Это инструмент, позволяющий принять участникам обсуждения совместное решение, произрастающее из различных (в ряде случаев противоположных) мнений и воззрений, и осуществить практические шаги.

Круглый стол – это мероприятие проблемного характера, на котором в ходе модерлируемой дискуссии обсуждается та или иная тема в одном из следующих ракурсов:

- постановка проблемы и обмен мнениями;
- обобщение идей и мнений, касающихся заявленной проблематики;
- поиск путей развития и решения обозначенной проблемы.

Возможные содержательные итоги мероприятия:

- обмен информацией по отдельным аспектам проблемы с выработкой возможных вариантов решения;
- обозначение ключевых вопросов и проблемных областей;
- выявление точек бифуркации по представленным позициям участников;
- выработка единой обобщенной позиции (соглашения, консенсуса);
- перечни путей развития обозначенной проблемы или вариантов ее решения.

Чтобы заседание круглого стола проходило активно и заинтересованно, необходимо настроить слушателей на обмен мнениями и поддерживать атмосферу свободного обсуждения.

Для повышения активности студентам можно предложить для обсуждения две разные точки зрения по одной проблеме.

Для иллюстрации мнений, положений и фактов возможно использование аудио- видеотрегментов, фотодокументы, материалы из газет и журналов, схемы, графики, диаграммы.

Преподавателю необходимо следить, чтобы обсуждение не уходило в сторону от обсуждаемой проблемы.



Использование данной формы проведения занятия предполагает, что студенты получают реальную практику формулирования своей точки зрения, осмысления системы аргументации, т. е. превращения информации в знание, а знаний в убеждения и взгляды.

### **Семинар - кейс-задача**

Кейс-задача – это проблемное задание, в котором обучающимся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Это один из наиболее эффективных и распространенных методов организации активной познавательной деятельности обучающихся. Данный метод используется на практическом занятии № 3.

Метод анализа конкретных ситуаций развивает способность студентов к анализу нерафинированных исследовательских задач. Сталкиваясь с конкретной исследовательской ситуацией, обучаемые должны определить: есть ли в ней проблема, в чем она состоит, определить свою исследовательскую позицию.

Методика работы по анализу конкретных исследовательских ситуаций предполагает коллективное обсуждение вариантов решения одной и той же ситуации. Это существенно углубляет опыт обучаемых: каждый из них имеет возможность ознакомиться с вариантами решения, послушать и взвесить множество их оценок, дополнений, изменений.

Метод анализа конкретных ситуаций стимулирует обращение обучаемых к научным источникам, усиливает стремление к приобретению теоретических знаний для получения ответов на поставленные вопросы. Основными целями этого метода являются, во-первых, развитие навыков разработки и применения методик социологического исследования; во-вторых, развитие аналитических способностей обучающихся; в-третьих, развитие навыков компетентного использования имеющейся в их распоряжении информации; в-четвертых, развитию самостоятельности и инициативности студентов.

## **Семинар – творческое задание**

В ходе изучения дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» студенты выполняют творческое задание к заключительному практическому занятию № 9.

Оно представляет собой частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Творческое задание выполняется малыми группами.

К данному занятию студентам необходимо подготовить отчет о результатах социологического исследования сформулированной ранее цели. Подготовку социологического исследования они должны начать на практическом занятии № 2, а также в течение последующих недель обучения, в рамках самостоятельной работы.

Текущий контроль осуществляется преподавателем посредством собеседования на семинарах, в ходе консультаций.

Процедура подготовки научного отчета включает:

- формирование исследовательских групп студентов;
- определение проблемы исследования в рамках профиля подготовки.

Преподаватель помогает студентам сформулировать проблему исследования;

- разработку программы и инструментария социологического исследования в ходе теоретического изучения дисциплины;

- проведение социологического исследования: сбора первичной информации, обработку и анализ полученных данных;

- написание и оформление студентами итоговой работы – отчета о результатах исследования конкретной проблемы в рекламе и связях с общественностью, подготовку доклада и его мультимедийной презентации.

Процедура представления, защиты и экспертизы отчета о результатах социологического исследования включает:

1. доклад о результатах проведенного исследования, ответы на вопросы преподавателя и своих коллег;

2. оценку (на основе определенных заранее критериев) выступлений о результатах социологических исследований других исследовательских групп; формулировку выводов об уровне осуществленных исследований.

### **Методические рекомендации по подготовке к зачету по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

Зачет – это заключительный этап изучения дисциплины, имеющий целью проверить теоретические знания студента, его навыки и умение применять полученные знания при решении практических задач в области разработки и проведения социологического исследования. Зачет проводится в устной форме.

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором студенты получают общую установку преподавателя и перечень основных требований к текущей и промежуточной аттестации. При этом студентам рекомендуется с самого начала планомерно осваивать материал, руководствуясь, прежде всего, перечнем вопросов, конспектировать важные для решения учебных, творческих задач источники. В течение семестра происходят пополнение, систематизация и корректировка студенческих работ, освоение нового и закрепление уже изученного материала.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Материально-технические средства обучения по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»: глобальная компьютерная сеть Интернет, обеспечивающая доступ к информационным ресурсам (электронной библиотеке ДВФУ, электронным библиотечным системам, базам данных и др.); аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием, мебель.

На лекционных и практических занятиях требуется наличие ноутбука и мультимедийного проектора для демонстрации в виде презентаций основных идей, положений, определений, иллюстративного материала (схем и таблиц), что позволяет значительно повысить информативность и эффективность занятий, способствует увеличению динамизма и выразительности излагаемого и обсуждаемого материала.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)

---

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**Практикум по разработке и проведению социологического исследования**

**Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

**Форма подготовки очная**

**Владивосток  
2018**

## **Самостоятельная работа студентов по курсу «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» (36 час.)**

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания о социологическом исследовании на практике.

Самостоятельная работа обучающихся состоит из подготовки к практическим занятиям, конспектирования рекомендованных источников и изучения учебной и научной литературы, разработки программы и инструментария социологического исследования, проведение сбора данных, выполнения творческого задания (подготовки отчета и доклада о результатах исследования конкретной проблемы), подготовки к зачету.

Проверка самостоятельной подготовки осуществляется на практических занятиях и на консультациях.

### **План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине**

<b>№ п/п</b>	<b>Дата/сроки выполнения</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Примерные нормы времени на выполнение</b>	<b>Форма контроля</b>
1.	1-ая неделя	Подготовка к проблемной лекции № 1	1 ч.	Конспект. Дискуссия.
2.	2-ая неделя	Подготовка к проблемной лекции № 2.	1 ч.	Конспект. Дискуссия
3.	3-я неделя	Подготовка к лекции № 2.	1 ч.	Конспект.
4.	4-я неделя	Подготовка к лекции № 3.	1 ч.	Конспект.
5.	5-ая неделя	Подготовка к лекции № 3.	1 ч.	Конспект.
6.	6-ая неделя	Подготовка к лекции № 3.	1 ч.	Конспект.

7.	7-ая неделя	Подготовка к лекции № 4.	1 ч.	Конспект.
8.	8-ая неделя	Подготовка к проблемной лекции № 5.	1 ч.	Конспект. Дискуссия.
9.	9-ая неделя	Подготовка к лекции № 6.	1 ч.	Конспект.
10.	10-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 1 (круглый стол): изучение литературы, подготовка конспекта.	2 ч.	Устный опрос. Конспект. Дискуссия.
11.	11-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 2: изучение литературы, подготовка конспекта.	2 ч.	Устный опрос. Конспект.
12.	12-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 3 (кейс-задача): изучение литературы, подготовка конспекта, разработка методологического раздела программы.	4 ч.	Конспект. Обсуждение методологического раздела программы.
13.	13-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 4: изучение литературы, подготовка конспекта, разработка выборки социологического исследования.	2 ч.	Устный опрос. Конспект.

14.	14-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 5: изучение литературы, подготовка конспекта, разработка стратегического плана социологического исследования.	3 ч.	Устный опрос. Конспект.
15.	15-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 6: изучение литературы, подготовка конспекта, обоснование выбора метода опроса в социологическом исследовании.	3 ч.	Устный опрос. Конспект.
16.	16-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 7: изучение литературы, подготовка конспекта, обоснование выбора метода наблюдения или анализа документов в социологическом исследовании.	3 ч.	Устный опрос. Конспект.
17.	17-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 8: изучение литературы, подготовка конспекта.	3 ч.	Устный опрос. Конспект.
18.	18-ая неделя	Подготовка к практическому занятию № 9 (творческое задание): Подготовка	5 ч.	Оценка научного отчета. Доклад и презентация о результатах социологического



		научного отчета, доклада и презентации о результатах социологического исследования.  Подготовка к зачету.		исследования.  Зачет.
--	--	---	--	-----------------------------

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» предусматривает:

- определение круга учебных вопросов, которые студенты должны изучить самостоятельно;
- подбор необходимой учебной литературы, обязательной для проработки и изучения;
- поиск дополнительной научной литературы, к которой студенты могут прибегать при возникновении особой заинтересованности в конкретной теме;
- определение перечня контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;
- организацию консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызывающих у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.

**Конспектирование источников в процессе изучения дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

Конспектирование источников осуществляется в соответствии с вопросами к планам практических (семинарских) занятий.

Перечень основных источников для конспектирования.

1. Горелов, Н. А. Методология научных исследований : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов. - М. : Юрайт,

2016. - 290 с. - 3 экз. - Режим доступа:

<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:811895&theme=FEFU>

2. Готлиб, А. С. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы [Электронный ресурс] / А. С. Готлиб. - Электрон. текстовые данные. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 382 с. - Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=51896](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=51896)

3. Готлиб, А. С. Процедуры и методы социологического исследования: практикум. Книга 1. [Электронный ресурс] / А. С. Готлиб, И. Е. Столярова, С. Н. Фазульянова, Я. Н. Крупец и др. - Электрон. текстовые данные. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 196 с. - Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=51987](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=51987)

4. Готлиб, А. С. Процедуры и методы социологического исследования: практикум. Книга 2. [Электронный ресурс] / А. С. Готлиб, Я. Н. Крупец, А. М. Алмакаева, Е. В. Петрушкина и др. - Электрон. текстовые данные. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 364 с. - Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=51988](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=51988)

5. Космин, В. В. Основы научных исследований (общий курс) : учебное пособие / В. В. Космин. - М. : Риор, Инфра-М, 2015. - 213 с. - 3 экз. - Режим

доступа:

<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:795570&theme=FEFU>

6. Кравченко, А. И. Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс] : учебник / А. И. Кравченко. - М. : Юрайт, 2015. - 828 с. - Режим доступа: [http://www.biblio-online.ru/thematic/?5&id=urait.content.8F619903-7593-409F-8EFD-7221A7057E8D&type=c\\_pub](http://www.biblio-online.ru/thematic/?5&id=urait.content.8F619903-7593-409F-8EFD-7221A7057E8D&type=c_pub)

7. Розанова, Н. М. Научно-исследовательская работа студента : учебно-практическое пособие / Н. М. Розанова. - М. : КноРус, 2016. - 255 с. - 5 экз. - Режим

доступа:

<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:797721&theme=FEFU>

8. Тавокин, Е. П. Основы методики социологического исследования : учебное пособие / Е. П. Тавокин. - М. : Инфра-М, 2017. - 238 с. - 10 экз. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:843280&theme=FEFU>

Также студенты могут использовать ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Библиотека Гумер – социология. - Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/INDEX\\_SOCIO.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/INDEX_SOCIO.php)

2. Большой толковый социологический словарь терминов онлайн. - Режим доступа: <http://www.onlinedics.ru/slovar/soc/a.html>

3. Словари и энциклопедии на Академике. - Режим доступа: <http://dic.academic.ru/>

4. Федеральный образовательный портал ЭСМ «Экономика. Социология. Менеджмент». - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>

5. Электронная библиотека социологического факультета МГУ им. Ломоносова. - Режим доступа: <http://lib.socio.msu.ru/>

6. Электронная версия журнала «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» (ВЦИОМ) - Режим доступа: [https://wciom.ru/books\\_magazines/zhurnal\\_monitoring/](https://wciom.ru/books_magazines/zhurnal_monitoring/)

7. Электронная версия журнала «Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии» (Левада-Центр). - Режим доступа: <http://www.levada.ru/>

8. Электронная версия журнала «Социология: методология, методы и математическое моделирование» (Социология: 4М). - Режим доступа: <http://www.isras.ru/4M.html>

9. Электронная версия журнала Российской академии наук «Социологические исследования». - Режим доступа: <http://socis.isras.ru/>

**Методические указания для самостоятельной работы с учебной и научной литературой**

Самостоятельная работа студентов предполагает чтение литературы по проблемам подготовки и проведения социологических исследований в соответствии с тематикой изучаемого курса. Перечень источников литературы приводится в планах практических (семинарских) занятий. Готовность к зачету подразумевает знание рекомендуемых литературных источников. Опыт показывает, что наиболее эффективным методом их проработки является конспектирование.

Конспектирование – это сложный творческий процесс, смысл которого заключается, прежде всего, в осмыслении научной информации. Осмысление информации при этом рассматривается как первейшее и необходимое условие ее сжатия.

Учебные конспекты представляют собой вид плановой учебной деятельности студента. Их основное назначение состоит в тренировке навыков осмысления, классифицирования и интерпретации научной мысли, а также материала, изложенного в учебной литературе. Регулярное правильное учебное конспектирование позволяет приобрести ценный научный опыт.

Наиболее распространены среди студентов тезисные конспекты – это интерпретированные и переформулированные выборки положений источника. Они компактны и поэтому удобны в качестве памяток, примечаний, основы для выступлений. При автоконспектировании (составлении конспекта по материалам собственной работы) они составляют основу выступления, доклада.

При работе с литературой важно сосредоточить внимание на ключевых идеях и понятиях.

От студента требуется умение четко и емко формулировать те аспекты, которые рассматривают авторы в изучаемых источниках.

Очень важным является умение сопоставлять взгляды различных исследователей, позиции авторов учебников, а также формулировать и аргументировать собственное отношение к рассматриваемым ими вопросам.

Важно стремиться к самостоятельному анализу текстов. Однако личные рассуждения студента, при всей их несомненной ценности, не должны подменять изучение учебной и научной литературы.

**Критерии оценки конспектирования учебной и научной литературы по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

<i>«зачтено»</i>	Студент имеет навыки самостоятельного анализа научных и учебных текстов. Студент умеет четко и емко формулировать те аспекты, которые рассматривают изучаемые авторы. Студент умеет вычленять ключевые понятия, представленные в том или ином источнике. Студент умеет сопоставлять взгляды различных исследователей, а также формулировать и аргументировать собственное отношение к рассматриваемым ими вопросам. Студент имеет навыки выявления связи рассматриваемых в рамках дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» вопросов с современными проблемами в рекламной деятельности и связях с общественностью.
<i>«не зачтено»</i>	Студент не умеет ясно и лаконично формулировать те аспекты, которые рассматривают изучаемые авторы. Студент не может вычленять ключевые понятия, представленные в том или ином источнике, либо не понимает их значения. Студент не обнаруживает умения сравнивать взгляды различных исследователей. Студент не способен формулировать и аргументировать собственное отношение к рассматриваемым в источниках вопросам. Студент не может выявлять связь рассматриваемых в рамках дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» вопросов с современными проблемами в рекламной деятельности и связях с общественностью.

**Перечень дискуссионных вопросов для проблемной лекции (к теме № 1) по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

1. Какое значение имеет социологическое знание в рекламной деятельности и /или связях с общественностью?

2. Отличаются ли понятия «социологическое исследование» и «сбор данных в рекламной деятельности и /или связях с общественностью»?

Аргументируйте свой ответ.

3. Раскройте роль прикладных исследований в рекламной деятельности и /или связях с общественностью.

4. Какие аспекты бизнес-проектов в рекламных коммуникациях можно изучать с помощью социологических исследований?

**Перечень дискуссионных вопросов для проблемной лекции (к теме № 2) по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

1. Какие методы социологического исследования Вы можете назвать?

2. Можно ли использовать эти методы в исследовании рекламной деятельности и связях с общественностью? Аргументируйте свой ответ.

3. Какими личностными и профессиональными качествами должен обладать специалист в сфере рекламной деятельности и связях с общественностью, чтобы применять социологические методы в своей работе?

**Перечень дискуссионных вопросов для проблемной лекции (к теме № 5) по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

1. Какие программы обработки количественных данных вы знаете?

2. Какие методы анализа данных чаще всего используют в рекламной деятельности и связях с общественностью? Аргументируйте свой ответ.

**Перечень дискуссионных вопросов для круглого стола (к практическому занятию № 1) по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

1. Кто является субъектом социологических исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью?

2. Что может выступать в качестве объекта исследования в рекламной

деятельности и связях с общественностью?

3. Какие принципы следует соблюдать в процессе социологического исследования?

4. Приведите примеры социологических исследований, представляющих интерес для специалиста в сфере рекламной деятельности и связях с общественностью.

**Критерии оценки участия студента в дискуссиях на проблемных лекциях, устного ответа студента на практических занятиях, в том числе – круглом столе, по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

5 баллов – студент показывает прочные знания теоретико-методологических и технологических основ социологического исследования; его ответ характеризуется глубиной и полнотой раскрытия темы, владением терминологическим аппаратом. Студент демонстрирует умение объяснять сущность, возможности использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью, оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры из практики социологических исследований; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

4 балла – ответ студента, обнаруживающий прочные знания теоретико-методологических и технологических основ социологического исследования; отличается глубиной и полнотой раскрытия темы. Студент демонстрирует владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, возможности использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью, оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры из практики социологических исследований; свободное владение монологической речью, логичность и

последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе.

3 балла – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании теоретико-методологических и технологических основ социологического исследования, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа сущности и возможностей использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью, оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций; недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры из практики социологических исследований; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа.

2-1 балл – ответ, обнаруживающий незнание теоретико-методологических и технологических основ социологического исследования, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа сущности и возможностей использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью, оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Студентом допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание практики проведения социологических исследований.

**Кейс-задача (к практическому занятию № 3) по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

Задание: студентам предлагается выбрать направление (сферу, организацию) деятельности в рекламе и связях с общественностью или бизнес-проект в сфере рекламных коммуникаций; кратко описать



проблемную ситуацию, сформулировать проблему, определить объект и предмет, цель и задачи, гипотезы социологического исследования. При этом они должны использовать теоретический материал лекции по теме № 3, практического занятия № 2.

Работа выполняется группами (не более 3-х студентов).

#### **Критерии оценки выполнения кейс-задачи**

5 баллов выставляются студентам, если их работа соответствует заданию; студенты демонстрируют глубокое понимание специфики методологического раздела программы социологического исследования; демонстрируют креативность, предпринимают целенаправленные усилия и качественно работают на протяжении всего занятия.

4 балла выставляются студентам, если их работа в основном соответствует заданию; студенты демонстрируют знание специфики методологического раздела программы социологического исследования; предпринимают целенаправленные усилия и стараются работать на протяжении всего занятия.

3 балла выставляются студентам, если их работа соответствует некоторым аспектам задания; студенты демонстрируют общее представление о специфике методологического раздела программы социологического исследования; студенты предпринимают усилия, но работают неравномерно на протяжении всего занятия.

2-1 балл выставляются студентам, если их работа не соответствует заданию; студенты демонстрируют крайне слабое понимание специфики методологического раздела программы социологического исследования; студенты пассивны на занятии.

#### **Методические указания к выполнению творческого (итогового) задания к практическому занятию № 9**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» подразумевает наличие

научного отчета о результатах социологического исследования конкретной проблемы в рекламной деятельности или связях с общественностью. При этом исследование должно быть проведено студентами на основе разработанных ими программы и инструментария.

### **Примерная тематика программ социологического исследования**

1. Текучесть кадров в рекламных агентствах (на примере (указать организацию)).
2. Организация рекламных кампаний в учреждениях образования (на примере (указать учреждение образования)).
3. Организация связей с общественностью в молодежной среде (на примере (указать регион, поселение или образовательное учреждение)).
4. Организация связей с общественностью в городской среде (на примере (указать город)).
5. Организация связей с общественностью в сельской местности (на примере (указать район или поселение)).
6. Проблема профилактики профессиональных деформаций в деятельности специалистов по рекламе (на примере (указать организацию)).
7. Эффективность связей с общественностью в образовательном учреждении (на примере (указать образовательное учреждение)).
8. Мнение студентов о роли научно-исследовательской деятельности в подготовке бакалавров по рекламе и связям с общественностью (на примере ДВФУ).
9. Эффективность управления бизнес-проектом в сфере рекламных коммуникаций (указать бизнес-проект и/или сферу рекламы).

### **Методические рекомендации к разработке программы и инструментария социологического исследования (практические занятия №№ 2-7)**

Разработка программы исследования, а затем его проведение, написание научного отчета и подготовка доклада о результатах социологического

исследования могут осуществляться в двух формах (по выбору студентов): индивидуальной или групповой (не более 3-х студентов).

Программа является главным (стратегическим) документом социологического исследования. Программа содержит теоретическое обоснование методологических подходов и методических приемов изучения конкретного явления или процесса.

Программа отражает глубину, масштаб социологического исследования, профессиональную компетентность исследователя.

Программа состоит из трех разделов: методологического, в котором обосновывается содержание исследования; методического, в котором описываются процедурно-методические аспекты исследования; итогового раздела, в котором характеризуются предполагаемые формы представления результатов социологического исследования.

В методологической части программы должны быть представлены:

- формулировка и обоснование социальной проблемы;
- объект и предмет изучения;
- цель и задачи исследования;
- логический анализ ключевых понятий;
- рабочие гипотезы.

В методической части приводятся:

- описание принципиального (стратегического) плана исследования (разведывательный, описательный, аналитический, сравнительный (мониторинг));

- характеристика обследуемой (выборочной) совокупности: указывается ее объем, социально-демографические признаки, которые отражают структуру объекта исследования (генеральной совокупности). Указываются вид выборки (случайная или неслучайная), метод отбора единиц наблюдения;

- характеристика используемых методов сбора первичной информации (опросных (анкетирование, интервьюирование)) и неопросных (наблюдение, анализ документов)).

Инструментарий исследования (опросники, бланки наблюдения, карты анализа документов и др.) располагается в приложении к программе;

- характеристика методов обработки и анализа данных, дополненная логическими схемами обработки собранной информации.

Надо помнить о тесной логической взаимосвязи всех разделов и их частей в программе исследования.

### **Основные требования к содержанию программы социологического исследования**

1. Использование материалов (научные статьи, монографии, пособия), имеющих прямое отношение к избранной теме.

2. Точное описание проблемной ситуации.

3. Четкая формулировка проблемы, целей и задач, гипотез исследования.

4. Точное определение объекта и предмета исследования.

5. Развернутый и глубокий логический анализ основных понятий, характеризующих предмет исследования.

6. Определение и сравнение исследовательских подходов к теме исследования.

7. Наличие собственной позиции в изучении проблемы.

8. Обоснованный выбор единиц наблюдения.

9. Обоснованный выбор методов сбора и анализа данных.

10. Следование правилам разработки инструментального обеспечения исследовательского поиска.

11. Логическая последовательность в изложении частей программы.

12. Оформление программы в соответствии с требованиями к оформлению письменных работ, выполняемых студентами ДВФУ.

### **Критерии оценки программы социологического исследования (практические занятия №№ 2-7)**

5 баллов – программа социологического исследования точно и четко

отражает исследовательский замысел. Программа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; все ее части обоснованы. В процессе разработки программы использовалась современная социологическая литература. Фактических ошибок, связанных с пониманием исследовательской проблемы, нет. Содержание программы соответствует основным требованиям.

4 балла – программа социологического исследования достаточно точно и четко отражает исследовательский замысел. Программа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; почти все ее части обоснованы. В процессе разработки программы использовалась современная социологическая литература. Допущены одна-две ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Содержание программы соответствует большинству основных требований.

3 балла – программа социологического исследования недостаточно точно и четко отражает исследовательский замысел. В программе нарушены смысловая цельность, связность и последовательность изложения; не все ее части обоснованы. В процессе разработки программы использовалась основная социологическая литература. Допущены три-четыре ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Содержание программы соответствует некоторым основным требованиям.

1-2 балла – программа социологического исследования представляет собой либо некритически заимствованный из Интернета текст, либо программа не отражает исследовательский замысел. В программе отсутствуют смысловая цельность, связность и последовательность изложения; нет обоснования ее частей. В процессе разработки программы не использовалась современная социологическая литература. Содержание программы не соответствует основным требованиям.

## **Методические рекомендации к выполнению творческого задания: составлению научного отчета о результатах социологического исследования (практическое занятие № 9)**

Научный отчет является одной из форм итоговых документов социологического исследования (выделяют еще научные публикации, адресованные специалистам, публикации в СМИ, ориентированные на широкую аудиторию).

Научный отчет адресован заказчику (руководителям организаций, руководителям бизнес-проекта в сфере рекламы, представителям научного фонда, представителям органов управления или предприятия и др.).

В зависимости от того, кто выступает в роли заказчика и какого рода информацию и выводы он ожидает от социолога, различаются и объем, и структура, и содержание научного отчета.

Научный отчет – это главный итоговый документ, включающий всю содержательную информацию, полученную в результате исследования.

Структура отчета должна включать следующие части:

- вводная часть: титульный лист, договор на проведение исследования, оглавление, перечень иллюстраций, аннотация, введение (содержит описание цели отчета, целей социологического исследования и обоснование актуальности его проведения);

- основная часть: характеристика методологии исследования (объект изучения, используемые методы), анализ полученных результатов, констатация ограничений, выводы и рекомендации;

- заключительная часть: приложения (программа, план, инструментарий, описание модели выборки и др.), перечень использованных источников.

## **Основные требования к содержанию научного отчета о результатах социологического исследования**

1. Использование материалов (научные статьи, монографии, пособия), имеющих прямое отношение к избранной теме.

2. Определение и сравнение исследовательских подходов к проблеме исследования и формирование собственной позиции в изучении проблемы.
3. Использование обоснованной методологии и методики исследования.
4. Использование программы Excel в обработке материалов социологического исследования.
5. Осуществление анализа полученных данных с учетом современных достижений социологии.
6. Обоснованность выводов и рекомендаций, учет специфики рекламной деятельности и связей с общественностью.
7. Логическая последовательность частей и четкость в изложении текста отчета.
8. Оформление отчета в соответствии с требованиями к оформлению письменных работ, выполняемых студентами ДВФУ.

### **Критерии оценки научного отчета о результатах социологического исследования (практическое занятие № 9)**

5 баллов – в научном отчете четко и последовательно излагаются актуальность, цели и задачи, методология социологического исследования, выводы и рекомендации. Студентами используется большой объем современных источников по общей социологии, социологии массовых коммуникаций, имеющих прямое отношение к избранной теме исследования. В отчете представлена позиция авторов в изучении проблемы. Студенты демонстрируют сформированные навыки использования программы Excel в обработке материалов социологического исследования. Осуществлен глубокий анализ полученных данных; авторы демонстрируют понимание возможностей использования социологических исследований в рекламе или связях с общественностью. Выводы и рекомендации обоснованы. Фактических ошибок, связанных с пониманием структуры, назначения и содержания, оформления научного отчета, нет.

4 балла – в научном отчете достаточно четко и последовательно излагаются актуальность, цели и задачи, методология социологического исследования, выводы и рекомендации. Студентами используется ограниченный объем современных источников по общей социологии, социологии массовых коммуникаций, имеющих прямое отношение к избранной теме исследования. Позиция авторов в изучении проблемы раскрыта недостаточно ясно. Студенты демонстрируют умения в использовании программы Excel в обработке материалов социологического исследования. Осуществлен анализ полученных данных; авторы демонстрируют в определенной степени понимание возможностей использования социологических исследований в рекламе или связях с общественностью. Выводы и рекомендации обоснованы в основном. Допущены одна-две ошибки, связанные с пониманием структуры, назначения и содержания, оформления научного отчета.

3 балла – в научном отчете нечетко и с нарушением последовательности излагаются актуальность, цель и задачи, методология социологического исследования, выводы и рекомендации. Студентами используется мало (4-5) современных источников по общей социологии, социологии массовых коммуникаций, имеющих прямое отношение к избранной теме исследования. Позиция авторов в изучении проблемы не раскрыта. Студенты демонстрируют умения в использовании программы Excel в обработке материалов социологического исследования, но допускают ошибки. Осуществлен поверхностный анализ полученных данных; авторы демонстрируют слабое понимание возможностей использования социологических исследований в рекламе или связях с общественностью. Обоснованы отдельные выводы и рекомендации. Допущены три-четыре ошибки, связанные с пониманием структуры, назначения и содержания, оформления научного отчета.

2-1 балл – научный отчет о результатах социологического исследования представляет собой либо текст, некритически заимствованный



из Интернета, либо поверхностное, непоследовательное изложение его частей. Студенты не используют современные источники по общей социологии, социологии массовых коммуникаций. Позиция авторов в изучении проблемы не обозначена. Студенты не демонстрируют умения в использовании программы Excel в обработке материалов социологического исследования. Анализ полученных данных отсутствует. Выводы и рекомендации поверхностные и неполные. Допущены грубые и многочисленные ошибки, связанные с пониманием структуры и содержания научного отчета, правил его оформления; авторы не представляют, кому адресован отчет.

## **Структура доклада и процедура защиты научного отчета о результатах социологического исследования**

### **Структура доклада**

Введение, в котором описывается проблемная ситуация, аргументируется актуальность ее изучения, характеризуются и сравниваются исследовательские подходы к проблеме исследования и аргументируется на этой основе собственная позиция, характеризуется методология и методика социологического исследования.

Основная часть, в которой приводятся и анализируются результаты социологического исследования. Если имеются результаты других исследований данной проблемы, ее аспектов, рекомендуется осуществить сравнение результатов.

Заключение. В нем приводятся выводы, рекомендации по итогам исследования, перспективы в исследовании проблемы.

### **Процедура защиты научного отчета**

Публичная защита научного отчета включает три этапа: выступление (доклад) студента (студентов) с использованием мультимедийной техники (не более 7 мин.); ответы на вопросы преподавателя и других

присутствующих; формулировку вывода о качестве проведенного социологического исследования (оценка).

**Критерии оценки доклада о результатах социологического исследования приведены в приложении 2.**



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**Практикум по разработке и проведению социологического исследования**

**Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

**Форма подготовки очная**

**Владивосток**

**2018**

**Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УПК-1 способность использовать методы социогуманитарных наук для формирования междисциплинарного подхода в профессиональной деятельности	Знает	специфику, виды, технологию социологического исследования; методы социологического исследования; значение социологических (в т. ч. прикладных) исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью.
	Умеет	определять необходимость проведения социологического исследования в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить социологическое исследование; отбирать методы социологического исследования, разрабатывать его инструментарий.
	Владеет	навыками обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала социологического исследования; навыками его подготовки, осуществления полевых работ, навыками отбора и обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании; навыками разработки его инструментария.
ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на коммуникационные принципы современных СМК и социально-психологических механизмах убеждения	Знает	предмет и понятийно-категориальный аппарат социологии массовых коммуникаций; функции социологических исследований; опыт социологических исследований в интересующей области; возможности применения социологических методов в оценке коммуникаций.
	Умеет	раскрывать значение знаний о предметном поле социологии массовых коммуникаций в рекламной деятельности и связях с общественностью; определять возможности применения социологических методов в оценке коммуникаций в рекламной деятельности и связях с общественностью; использовать результаты социологических исследований в оценке бизнес-проектов в рекламной деятельности и связях с общественностью.
	Владеет	навыками обоснования необходимости проведения социологического исследования в сфере рекламных коммуникаций или связей с общественностью; навыками разработки методики для оценки данных социологического исследования для оценки коммуникаций в рекламной деятельности или связях с общественностью; навыками анализа результатов социологических исследований в процессе оценки

		бизнес-проектов в рекламных коммуникациях и связях с общественностью.
--	--	---

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Лекционные занятия №№ 1-5. Практические занятия №№ 1,4,5-9.	УПК-1	Знает	Собеседование (УО-1), конспект (ПР-7).	Вопросы к зачету №№ 1-30,36,38.
			Умеет	Программа и инструментарий социологического исследования (ПР-11), научный отчет о результатах социологического исследования (ПР-13).	Программа и инструментарий, научный отчет о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).
			Владеет	Программа и инструментарий, научный отчет о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).	Программа и инструментарий, научный отчет о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).
2	Лекционные занятия №№ 1,3,5,6. Практические занятия №№ 1,2,3,8,9.	ПК-14	Знает	Собеседование (УО-1), конспект (ПР-7).	Вопросы к зачету №№ 1,3,4-7,13-15,38-40.
			Умеет	Научный отчет о результатах социологического исследования (ПР-13).	Текст научного отчета и доклад о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).
			Владеет	Научный отчет о результатах социологического исследования (ПР-13).	Текст научного отчета и доклад о результатах проведенного социологического исследования (ПР-13).

**Шкала оценивания уровня сформированности компетенций по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
УПК-1 способность	знает (пороговый	специфику, виды, технологию	Знание специфики, видов, технологии	- Способность охарактеризовать

использовать методы социогуманитарных наук для формирования междисциплинарного подхода в профессиональной деятельности	уровень)	социологического исследования; методы социологического исследования; значение социологических (в т. ч. прикладных) исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью.	социологического исследования.  Знание методов социологического исследования.  Знание значения социологических (в т. ч. прикладных) исследований в рекламе и связях с общественностью.	особенности применения социологических исследований в рекламе и связях с общественностью; - способность охарактеризовать принцип междисциплинарности в проведении социологического исследования; - способность привести основания классификации социологических исследований и охарактеризовать виды исследований; - способность дать определение прикладного социологического исследования; - способность раскрыть содержание технологии социологического исследования; - способность назвать и раскрыть на конкретном примере возможности использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью; - способность дать определение программе социологического исследования, раскрыть ее структуру; - способность дать определение рабочему плану и инструментарию социологического исследования; - способность охарактеризовать структурные элементы программы социологического исследования; - способность раскрыть сущность выборочного метода; - способность перечислить и определить основные методы сбора данных; - способность перечислить основные формы представления результатов социологического исследования; - способность охарактеризовать значение результатов социологического исследования.
	умеет (продвинутый)	определять необходимость проведения социологического исследования в своей профессиональной	Умение определять необходимость проведения социологического исследования в своей профессиональной	- способность формулировать проблему, определяющую выбор вида социологического исследования; - способность определять направления исследования

		<p>деятельности; разрабатывать и проводить социологическое исследование; отбирать методы социологического исследования, разрабатывать его инструментарий.</p>	<p>деятельности.</p> <p>Умение разрабатывать и проводить социологическое исследование.</p> <p>Умение отбирать методы социологического исследования, разрабатывать его инструментарий.</p>	<p>проблемы в рекламе и связях с общественностью методами социологии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность учитывать принцип междисциплинарности в разработке программы социологического исследования;</li> <li>- способность разрабатывать программу социологического исследования;</li> <li>- способность разрабатывать план проведения социологического исследования;</li> <li>- способность планировать выборку в социологическом исследовании;</li> <li>- способность отбирать необходимый(е) метод(ы) исследования;</li> <li>- способность разрабатывать инструментарий социологического исследования;</li> <li>- способность собирать данные с помощью разработанной методики;</li> <li>- способность использовать информационные технологии в процессе обработки данных;</li> <li>- способность анализировать полученную информацию;</li> <li>- способность составлять научный отчет о результатах социологического исследования;</li> <li>- способность следовать правилам оформления научного отчета;</li> <li>- способность готовить доклад и презентацию о результатах социологического исследования.</li> </ul>
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>навыками обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала социологического исследования; навыками его подготовки, осуществления полевых работ, навыками отбора и обоснования</p>	<p>Владение навыками обоснования необходимости использования в рекламе и связях с общественностью познавательного потенциала социологического исследования.</p> <p>Владение навыками подготовки и осуществления социологического исследования.</p> <p>Владение навыками</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность в конкретных ситуациях обосновывать необходимость проведения социологического исследования в рекламе и связях с общественностью;</li> <li>- способность аргументировать выбор вида социологического исследования;</li> <li>- способность адаптировать технологию социологического исследования к конкретной ситуации в рекламе и связях с общественностью;</li> <li>- способность разрабатывать программу</li> </ul>

		методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании; навыками разработки его инструментария.	отбора и обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании.  Владение навыками разработки инструментария социологического исследования.	социологического исследования конкретной ситуации; - способность определять цели, задачи, объект исследования в соответствии с проблемой; - способность проводить логический анализ основных понятий; - способность осуществлять выборку единиц наблюдения; - способность составлять рабочий план исследования; - способность обосновывать выбор социологических методов сбора и анализа данных; - способность на практике использовать правила разработки инструментария социологического исследования; - способность обрабатывать полученные данные с помощью программы Excel; - способность последовательно и убедительно излагать результаты социологического исследования в научном отчете; - способность писать краткий и содержательный текст доклада о результатах исследования, а также разрабатывать его мультимедийную презентацию.
ПК-14 способность прогнозировать и оценивать результативность бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций с опорой на принципы современных СМК и социально-психологических механизмов убеждения	знает (пороговый уровень)	предмет и понятийно-категориальный аппарат социологии массовых коммуникаций; функции социологических исследований; опыт социологических исследований в интересующей области; возможности применения социологических методов в оценке коммуникаций.	Знание предмета и понятийно-категориального аппарата социологии массовых коммуникаций.  Знание функций социологических исследований.  Знание опыта социологических исследований в интересующей области.  Знание возможностей применения социологических методов в оценке коммуникаций.	- Способность характеризовать объект и предмет социологии массовых коммуникаций; - способность называть основные социологические понятия, связанные с интересующей студента областью исследования массовых коммуникаций; - способность раскрыть с помощью категорий социологии возможности исследования рекламной деятельности и связей с общественностью; - способность характеризовать значение результатов социологического исследования в оценке бизнес-проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; - способность характеризовать возможности применения социологических методов в рекламе и связях с



				<p>общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность характеризовать методы социологического исследования;</li> <li>- способность перечислить основные формы представления результатов социологического исследования;</li> <li>- способность раскрыть назначение и принципы написания научных отчетов;</li> <li>- способность привести классификацию отчетов о результатах социологического исследования;</li> <li>- способность охарактеризовать структуру научного отчета;</li> <li>- способность назвать основные требования оформления итоговых документов в соответствии с ГОСТ и нормативными документами ДВФУ.</li> </ul>
	<p>умеет (продвинутый)</p>	<p>раскрывать значение знаний о предметном поле социологии массовых коммуникаций в рекламной деятельности и связях с общественностью; определять возможности применения социологических методов в оценке коммуникаций в рекламной деятельности и связях с общественностью; использовать результаты социологических исследований в оценке бизнес-проектов в рекламной деятельности и связях с общественностью.</p>	<p>Умение раскрывать значение знаний о предметном поле социологии массовых коммуникаций в рекламной деятельности и связях с общественностью.</p> <p>Умение определять возможности применения социологических методов в оценке коммуникаций в рекламной деятельности и связях с общественностью.</p> <p>Умение использовать результаты социологических исследований в оценке бизнес-проектов в рекламной деятельности и связях с общественностью.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность использовать категориально-понятийный аппарат социологии массовых коммуникаций в подготовке социологического исследования в сфере рекламной деятельности или связей с общественностью;</li> <li>- способность характеризовать проблемную ситуацию в исследовании рекламных коммуникаций или связей с общественностью;</li> <li>- способность оценивать результаты проведенных социологических исследований в интересующей студента области;</li> <li>- способность отбирать методы социологического исследования для оценки бизнес-проектов в рекламной деятельности и связях с общественностью.</li> <li>- способность логично и последовательно излагать результаты социологического исследования;</li> <li>- способность обосновывать необходимость использования данных социологических исследований в рекламе и связях с общественностью;</li> <li>- способность использовать информационные технологии в процессе</li> </ul>

				<p>обработки данных;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность на основе задач составлять научный отчет о результатах социологического исследования;</li> <li>- способность следовать правилам оформления научного отчета;</li> <li>- способность готовить доклад и презентацию о результатах социологического исследования.</li> <li>- способность использовать полученные результаты социологического исследования для разработки рекомендаций для решения проблем в рекламной деятельности и связях с общественностью.</li> </ul>
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>навыками обоснования необходимости проведения социологического исследования в сфере рекламных коммуникаций или связей с общественностью;</p> <p>навыками разработки методики для оценки данных социологического исследования для оценки коммуникаций в рекламной деятельности или связях с общественностью;</p> <p>навыками анализа результатов социологических исследований в процессе оценки бизнес-проектов в рекламных коммуникациях и связях с общественностью.</p>	<p>Владение навыками обоснования необходимости проведения социологического исследования в сфере рекламных коммуникаций или связей с общественностью.</p> <p>Владение навыками разработки методики для оценки данных социологического исследования для оценки коммуникаций в рекламной деятельности или связях с общественностью.</p> <p>Владение навыками анализа результатов социологических исследований в процессе оценки бизнес-проектов в рекламных коммуникациях и связях с общественностью.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность обосновывать проблему социологического исследования в сфере рекламных коммуникаций или связей с общественностью;</li> <li>- способность разрабатывать инструментарий в рамках выбранного метода;</li> <li>- способность точно и предметно использовать категории социологии массовых коммуникаций в описании и объяснении результатов социологического исследования;</li> <li>- способность собирать социологические данные или отбирать их из проведенных исследований для оценки бизнес-проектов в сфере рекламы или связей с общественностью;</li> <li>- способность обрабатывать полученные данные с помощью программы Excel;</li> <li>- способность делать выводы по результатам проведенного социологического исследования;</li> <li>- способность учитывать интересы заказчика в процессе написания отчета о результатах исследования;</li> <li>- способность в соответствии с задачами последовательно и убедительно излагать результаты социологического исследования в научном отчете;</li> <li>- способность</li> </ul>

				<p>подготавливать краткий и содержательный текст доклада о результатах исследования;</p> <p>- способность разрабатывать мультимедийную презентацию доклада;</p> <p>- способность разрабатывать точные и реалистичные рекомендации по решению проблемы в определенной сфере рекламной деятельности или связях с общественностью с учетом результатов социологического исследования;</p> <p>- способность на основе определенных критериев оценивать содержание отчета.</p>
--	--	--	--	---

**Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» осуществляется с использованием методов визуального наблюдения (посещаемость лекционных и практических занятий), контрольных мероприятий (проверка результатов конспектирования материала к практическим занятиям; оценка программы, инструментария социологического исследования, научного отчета и доклада на практических занятиях) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на практических занятиях, проблемных лекциях, конспекты, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость лекционных и практических занятий по

аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

((УО-1) Собеседование – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т. п.

(УО-4) Круглый стол и дискуссия - оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

(ПР-7) Конспект – продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи прочитанного первоисточника или исследования.

(ПР-11) Кейс-задача – проблемное задание, в котором обучающимся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

(ПР-13) Творческое задание – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

## **ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Критерии оценки конспектирования учебной и научной литературы по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

«зачтено»	Студент имеет навыки самостоятельного анализа научных и учебных текстов.
-----------	--

	<p>Студент умеет четко и емко формулировать те аспекты, которые рассматривают изучаемые авторы.</p> <p>Студент умеет вычленять ключевые понятия, представленные в том или ином источнике.</p> <p>Студент умеет сопоставлять взгляды различных исследователей, а также формулировать и аргументировать собственное отношение к рассматриваемым ими вопросам.</p> <p>Студент имеет навыки выявления связи рассматриваемых в рамках дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» вопросов с современными проблемами в рекламной деятельности и связях с общественностью.</p>
«не зачтено»	<p>Студент не умеет ясно и лаконично формулировать те аспекты, которые рассматривают изучаемые авторы.</p> <p>Студент не может вычленять ключевые понятия, представленные в том или ином источнике, либо не понимает их значения.</p> <p>Студент не обнаруживает умения сравнивать взгляды различных исследователей.</p> <p>Студент не способен формулировать и аргументировать собственное отношение к рассматриваемым в источниках вопросам.</p> <p>Студент не может выявлять связь рассматриваемых в рамках дисциплины «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» вопросов с современными проблемами в рекламной деятельности и связях с общественностью.</p>

**Критерии оценки участия студента в дискуссиях на проблемных лекциях, устного ответа студента на практических занятиях, в том числе – круглом столе, по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

5 баллов – студент показывает прочные знания теоретико-методологических и технологических основ социологического исследования; его ответ характеризуется глубиной и полнотой раскрытия темы, владением терминологическим аппаратом. Студент демонстрирует умение объяснять сущность, возможности использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью, оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры из практики социологических исследований; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

4 балла – ответ студента, обнаруживающий прочные знания теоретико-методологических и технологических основ социологического исследования;

отличается глубиной и полнотой раскрытия темы. Студент демонстрирует владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, возможности использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью, оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры из практики социологических исследований; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются одна – две неточности в ответе.

3 балла – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании теоретико-методологических и технологических основ социологического исследования, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа сущности и возможностей использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью, оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций; недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры из практики социологических исследований; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа.

2-1 балл – ответ, обнаруживающий незнание теоретико-методологических и технологических основ социологического исследования, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа сущности и возможностей использования социологических исследований в рекламе и связях с общественностью, оценке бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Студентом допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание практики проведения социологических

исследований.

### **Критерии оценки выполнения кейс-задачи**

5 баллов выставляются студентам, если их работа соответствует заданию; студенты демонстрируют глубокое понимание специфики методологического раздела программы социологического исследования; демонстрируют креативность, предпринимают целенаправленные усилия и качественно работают на протяжении всего занятия.

4 балла выставляются студентам, если их работа в основном соответствует заданию; студенты демонстрируют знание специфики методологического раздела программы социологического исследования; предпринимают целенаправленные усилия и стараются работать на протяжении всего занятия.

3 балла выставляются студентам, если их работа соответствует некоторым аспектам задания; студенты демонстрируют общее представление о специфике методологического раздела программы социологического исследования; студенты предпринимают усилия, но работают неравномерно на протяжении всего занятия.

2-1 балл выставляются студентам, если их работа не соответствует заданию; студенты демонстрируют крайне слабое понимание специфики методологического раздела программы социологического исследования; студенты пассивны на занятии.

### **Критерии оценки программы социологического исследования (практические занятия №№ 2-7)**

5 баллов – программа социологического исследования точно и четко отражает исследовательский замысел. Программа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; все ее части обоснованы. В процессе разработки программы использовалась современная социологическая литература. Фактических ошибок, связанных с

пониманием исследовательской проблемы, нет. Содержание программы соответствует основным требованиям.

4 балла – программа социологического исследования достаточно точно и четко отражает исследовательский замысел. Программа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; почти все ее части обоснованы. В процессе разработки программы использовалась современная социологическая литература. Допущены одна-две ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Содержание программы соответствует большинству основных требований.

3 балла – программа социологического исследования недостаточно точно и четко отражает исследовательский замысел. В программе нарушены смысловая цельность, связность и последовательность изложения; не все ее части обоснованы. В процессе разработки программы использовалась основная социологическая литература. Допущены три-четыре ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Содержание программы соответствует некоторым основным требованиям.

1-2 балла – программа социологического исследования представляет собой либо некритически заимствованный из Интернета текст, либо программа не отражает исследовательский замысел. В программе отсутствуют смысловая цельность, связность и последовательность изложения; нет обоснования ее частей. В процессе разработки программы не использовалась современная социологическая литература. Содержание программы не соответствует основным требованиям.

5 баллов – в научном отчете четко и последовательно излагаются актуальность, цели и задачи, методология социологического исследования, выводы и рекомендации. Студентами используется большой объем современных источников по общей социологии, социологии массовых коммуникаций, имеющих прямое отношение к избранной теме исследования. В отчете представлена позиция авторов в изучении проблемы. Студенты



демонстрируют сформированные навыки использования программы Excel в обработке материалов социологического исследования. Осуществлен глубокий анализ полученных данных; авторы демонстрируют понимание возможностей использования социологических исследований в рекламе или связях с общественностью. Выводы и рекомендации обоснованы. Фактических ошибок, связанных с пониманием структуры, назначения и содержания, оформления научного отчета, нет.

4 балла – в научном отчете достаточно четко и последовательно излагаются актуальность, цели и задачи, методология социологического исследования, выводы и рекомендации. Студентами используется ограниченный объем современных источников по общей социологии, социологии массовых коммуникаций, имеющих прямое отношение к избранной теме исследования. Позиция авторов в изучении проблемы раскрыта недостаточно ясно. Студенты демонстрируют умения в использовании программы Excel в обработке материалов социологического исследования. Осуществлен анализ полученных данных; авторы демонстрируют в определенной степени понимание возможностей использования социологических исследований в рекламе или связях с общественностью. Выводы и рекомендации обоснованы в основном. Допущены одна-две ошибки, связанные с пониманием структуры, назначения и содержания, оформления научного отчета.

3 балла – в научном отчете нечетко и с нарушением последовательности излагаются актуальность, цель и задачи, методология социологического исследования, выводы и рекомендации. Студентами используется мало (4-5) современных источников по общей социологии, социологии массовых коммуникаций, имеющих прямое отношение к избранной теме исследования. Позиция авторов в изучении проблемы не раскрыта. Студенты демонстрируют умения в использовании программы Excel в обработке материалов социологического исследования, но допускают ошибки. Осуществлен поверхностный анализ полученных данных; авторы

демонстрируют слабое понимание возможностей использования социологических исследований в рекламе или связях с общественностью. Обоснованы отдельные выводы и рекомендации. Допущены три-четыре ошибки, связанные с пониманием структуры, назначения и содержания, оформления научного отчета.

2-1 балл – научный отчет о результатах социологического исследования представляет собой либо текст, некритически заимствованный из Интернета, либо поверхностное, непоследовательное изложение его частей. Студенты не используют современные источники по общей социологии, социологии массовых коммуникаций. Позиция авторов в изучении проблемы не обозначена. Студенты не демонстрируют умения в использовании программы Excel в обработке материалов социологического исследования. Анализ полученных данных отсутствует. Выводы и рекомендации поверхностные и неполные. Допущены грубые и многочисленные ошибки, связанные с пониманием структуры и содержания научного отчета, правил его оформления; авторы не представляют, кому адресован отчет.

**Критерии оценки доклада о результатах социологического исследования (практическое занятие № 9)**

<b>Оценка</b>	<b>50-60 баллов (неудовлетворительно)</b>	<b>61-75 баллов (удовлетворительно)</b>	<b>76-85 баллов (хорошо)</b>	<b>86-100 баллов (отлично)</b>
<b>Критерии</b>	<b>Содержание критериев</b>			

<b>Описание результатов</b>	<p>Программа социологического исследования практически не раскрыта. Отсутствует ее обоснование.</p>	<p>Программа социологического исследования описана не полностью. Обоснованы ее отдельные части.</p>	<p>Программа социологического исследования охарактеризована. Не все ее части обоснованы.</p>	<p>Программа социологического исследования раскрыта и обоснована полностью.</p>
	<p>Результаты социологического исследования не анализируются; достижения современной социологии не учитываются.</p>	<p>Результаты социологического исследования анализируются поверхностно; достижения современной социологии учитываются слабо.</p>	<p>Результаты социологического исследования анализируются недостаточно глубоко; достижения современной социологии учитываются отчасти.</p>	<p>Результаты социологического исследования анализируются глубоко, с учетом достижений современной социологии.</p>
	<p>Выводы и рекомендации отсутствуют.</p>	<p>Выводы и рекомендации поверхностные.</p>	<p>Выводы и рекомендации недостаточно полные и обоснованные.</p>	<p>Выводы и рекомендации полные и обоснованные.</p>
	<p>Студент не демонстрирует умение использовать знания в области методологии и методики социологических исследований в процессе изучения конкретной проблемы в рекламной деятельности и/или связях с общественностью.</p>	<p>Студент демонстрирует более трех ошибок в использовании знаний в области методологии и методики социологических исследований в процессе изучения конкретной проблемы в рекламной деятельности и/или связях с общественностью.</p>	<p>Студент демонстрирует умение использовать знания в области методологии и методики социологических исследований в процессе изучения конкретной проблемы в рекламной деятельности и/или связях с общественностью, но допускает две-три ошибки.</p>	<p>Студент демонстрирует умение использовать знания в области методологии и методики социологических исследований в процессе изучения конкретной проблемы в рекламной деятельности и/или связях с общественностью.</p>

<b>Представление</b>	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или непоследовательна. использовано 3-5 профессиональных термина.	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано 6-10 профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 10 профессиональных терминов.
<b>Оформление</b>	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
<b>Ответы на вопросы</b>	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с примерами и/или пояснениями

### **Промежуточная аттестация студентов**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По данной дисциплине учебным планом предусмотрен зачет.

Зачет по данной дисциплине проходит в форме ответа на теоретические вопросы.

### **ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Теоретические вопросы к зачету по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

1. Понятие, признаки и принципы социологических исследований.
2. Реализация принципа междисциплинарности в проведении социологических исследований.
3. Субъекты и функции социологических исследований в рекламной

деятельности и связях с общественностью.

4. Заказ и заказчик в социологическом исследовании. Заказчики оценки бизнес-проектов в сфере рекламных коммуникаций.

5. Основания классификации и виды социологических исследований.

6. Специфика прикладного социологического исследования.

7. Значение прикладных социологических исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью.

8. Технология социологического исследования.

9. Понятия «метод», «методика», «процедура» и «инструментарий» исследования; их взаимосвязь.

10. Понятие, функции и структура программы социологического исследования.

11. Проблема как предпосылка проведения социологического исследования.

12. Определение объекта и предмета социологического исследования.

13. Значение цели и задач в социологическом исследовании.

14. Взаимосвязь цели, проблемы и предмета социологического исследования.

15. Логический анализ основных понятий в программе социологического исследования.

16. Понятие и виды гипотез. Требования к формулировке гипотез

17. Взаимосвязь цели, задач, гипотез и процедуры логического анализа предмета в социологическом исследовании.

18. Понятие и виды принципиального (стратегического) плана социологического исследования.

19. Выборочный метод в социологическом исследовании.

20. Основания классификации методов социологических исследований.

21. Методы сбора и анализа данных в социологических исследованиях.

22. Количественные и качественные методы социологических исследований.

23. Опросные и неопросные методы социологических исследований.

24. Понятие, познавательные возможности и классификация опроса.

25. Вопрос как инструмент социологического опроса.

26. Опросный лист как инструмент социологического опроса.

27. Возможности применения социологического опроса (методов анкетирования и интервьюирования) в рекламной деятельности и связях с общественностью.

28. Понятие, познавательные возможности, виды и инструментарий наблюдения.

29. Методы анализа документов в социологическом исследовании.

30. Возможности применения неопросных методов социологического исследования в рекламной деятельности и связях с общественностью.

31. Основная документация социологического исследования.

32. Понятие, функции и структура рабочего плана социологического исследования.

33. Понятие, значение и структура бюджета социологического исследования.

34. Вспомогательные документы и нормативы социологического исследования.

35. Полевые работы в социологическом исследовании.

36. Классификация методов анализа данных в социологическом исследовании.

37. Возможности применения информационных технологий в процессе обработки и анализа данных социологического исследования.

38. Основные направления применения результатов социологических исследований в рекламной деятельности и связях с общественностью.

39. Формы представления результатов исследования и принципы их оформления.

40. Понятие, функции и структура научного отчета о результатах исследования.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете по дисциплине «Практикум по разработке и проведению социологического исследования»**

<b>Оценка зачета</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
<b>«зачтено»</b>	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теоретико-методологические вопросы разработки социологического исследования с практикой применения социологических методов в рекламной деятельности и связях с общественностью, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал из источников из списка основной литературы по данной дисциплине, точно обосновывает свои ответы на дополнительные вопросы, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических заданий в области разработки и проведения социологических исследований (с учетом специфики рекламной деятельности и связей с общественностью).
<b>«не зачтено»</b>	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания в области разработки и проведения социологических исследований и не видит возможностей их применения в рекламной деятельности и связях с общественностью.