

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления АПК  
Кафедра философии

СОГЛАСОВАНО:

Директор института  
Шапорова З.Е.

" 25 "



2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

" 25 " 03



2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью**

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(код, наименование)

Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 3

Семестр 6

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители: Данишвили И.Г.  
(ФИО, ученая степень, ученое звание)  
И «2» 03 2019г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» \_\_\_\_\_ и примерной основной профессиональной образовательной программы (при наличии) \_\_\_\_\_, профессионального стандарта 512 от 8.06.17.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 1 «2» 03 2019г.

Зав. кафедрой Брунова Н.Н., проф  
(ФИО, ученая степень, ученое звание)  
Брунова «2» 03 2019г.

\* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю, НИИ

## Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономической  
управленческой АПК протокол № 7 «25» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии

Белова АА

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
«25» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Менеджмент в сфере услуг

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

Сидих «18» 03 2019 г.

## Оглавление

АННОТАЦИЯ.....	5
<b>1. ТРЕБОВАНИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ.....</b>	<b>5</b>
1.1. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ТРЕБОВАНИЯ.....	5
1.2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ.....	5
<b>2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.....</b>	<b>6</b>
<b>3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>7</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>7</b>
4.1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.2. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.3. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	10
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ.....	12
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>12</i>
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы.....</i>	<i>15</i>
<b>5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.....</b>	<b>15</b>
<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>15</b>
6.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	15
6.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	15
6.3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ.....	16
6.4. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	16
<b>7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>	<b>18</b>
<b>8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>19</b>
<b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ...19</b>	<b>19</b>
<b>ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД.....</b>	<b>21</b>

## **Аннотация**

Дисциплина Б1.О.22 «Социологические исследования в рекламе» является дисциплиной базовой части для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК). Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой «Логистика и маркетинг в АПК».

Дисциплина нацелена на формирование общепрофессиональных компетенций (ОПК-4, ОПК -7).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов применения методов социологических исследований, которые позволяют диагностировать состояние существующей системы управления рекламным предприятием, выявлять аномалии в функционировании предприятий, корневые проблемы маркетинга и разрабатывать проекты его улучшения. Курс направлен на практическое освоение навыков проведения сбора информации для научных исследований.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (16 часов), практические (32 часа), самостоятельной работы студента (96 часов), в том числе 14 часов в интерактивной форме.

### **1. Требования к дисциплине**

#### **1.1. Внешние и внутренние требования**

Дисциплина Б1.О.22 «Социологические исследования в рекламе» включена в ОПОП, базовая часть.

Реализация в дисциплине «Социологические исследования в рекламе» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» должна формировать следующие компетенции:

ОПК-4 – способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-7 – способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

#### **1.2. Место дисциплины в учебном процессе**

Дисциплина «Социологические исследования в рекламе» преподается на 3 курсе в 6 семестре у бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

### **2. Цели и задачи дисциплины. Компетенции, формируемые в результате освоения.**

**Цель курса** «Социологические исследования в рекламе» заключается в овладении набором инструментальных средств и методов социологического исследования в области рекламной деятельности

**Задачи изучения дисциплины** направлены на рассмотрение:

-раскрыть содержание понятия социологического исследования, обеспечив понимание бакалаврами их важной роли в рекламной деятельности;

-научить определять проблемы исследований для сферы рекламы и выбирать соответствующие конкретные методы для их проведения;

-сформировать инструментарий методологии количественного и качественного анализа процессов управления рекламным предприятием;

-систематизировать знания по планированию, организации, определению эффективности исследований в сфере рекламы;

-показать возможность широкого охвата источников информации для обеспечения объективности и надежности полученных результатов исследования в сфере рекламы.

**Знать:**

- особенности процедур социологических исследований;
- особенности составления опросных документов и карточек наблюдений;
- методы социологических исследований.

**Уметь:**

- формировать гипотезу социологического исследования;
- формировать техническое задание на проведение социологического исследования;
- применять социологический аппарат к проблематике решения профессиональных задач.

**Владеть:**

- навыками использования методов социологического исследования применительно к конкретной исследовательской проблеме;
- терминологическим аппаратом социологических исследований;
- навыками составления топик-гайдов.

Таблица 2

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-4	способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;	<b>Знать:</b> сущность, специфические особенности и предназначения социологического исследования, междисциплинарный характер социологических методов, процесс осуществления исследования и методы сбора данных в рамках социологического исследования.
		<b>Уметь:</b> использовать основные методы сбора информации, особенностей инструментария, логики и порядка исследовательских операций в построении программы исследования, концептуализации и создания модели измерения.
		<b>Владеть:</b> навыками использования типовых методов, приемов, организационно-технических процедур и теоретико-методологические основ проведения эмпирического социологического исследования.
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	<b>Знать:</b> систему методов обработки данных социологического исследования и уметь их использовать в соответствии с задачами социологического исследования.
		<b>Уметь:</b> выделять исследовательские переменные, знать логическую структуру и уметь формулировать гипотезы социологического исследования.
		<b>Владеть:</b> многомерностью данных и представляемых результатов; навыками органи-

		зации социологических исследований; прогностическими возможностями результатов социологических исследований; навыками подготовки социологических отчетов.
--	--	---

### 3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

#### Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид контактной работы	Трудоемкость		
	зач.	час.	По семестрам № 6
<b>Общая трудоемкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>4</b>	<b>144</b>	144
<b>Контактная работа</b>	<b>1,8</b>	<b>48</b>	48
Лекции (Л)		16/4	16/4
Практические занятия (ПЗ)		32/10	32/10
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
<b>Самостоятельная работа (СР)</b>	<b>2,2</b>	<b>96</b>	96
в том числе:			
самостоятельное изучение тем и разделов		36	36
тест		5	5
имитационные упражнения		10	10
кейс		10	10
самоподготовка к текущему контролю знаний		26	26
подготовка к зачету		9	9
<b>Вид контроля:</b>			Зачет с оценкой

### 4. Структура и содержание дисциплины

#### 4.1. Структура дисциплины

Таблица 2

#### Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1	Модуль 1. Организация социологического исследования	72	8	16	48	Тест, имитационные упражнения, кейс
2	Модуль 2. Методы сбора информации в социологических исследованиях	72	8	16	48	
	<b>Итого:</b>	<b>144</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>96</b>	Зачет с оценкой

## 4.2. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛПЗ	
<b>Модуль 1. Организация социологического исследования</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>48</b>
Модульная единица 1 Введение в теорию социологического исследования	12	1	2	8
Модульная единица 2 Правовое обоснование социологических и маркетинговых исследований	12	1	2	10
Модульная единица 3 Планирование программы социологического исследования	16	2	4	10
Модульная единица 4 Разработка рабочих документов для количественных исследований	16	2	4	10
Модульная единица 5 Разработка рабочих документов для качественных исследований	16	2	4	10
<b>Модуль 2. Методы сбора информации в социологических исследованиях</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>48</b>
Модульная единица 1 Опросные методы в социологических исследованиях	18	2	4	12
Модульная единица 2 Наблюдения как метод сбора информации	18	2	4	12
Модульная единица 3 Эксперименты в социологических исследованиях	18	2	4	12
Модульная единица 4 Подготовка отчетов об исследовании	18	2	4	12
<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>96</b>

## 4.3. Содержание модулей дисциплины

### Модуль 1 Организация социологического исследования

#### Модульная единица 1 Введение в теорию социологического исследования

Понятие социологического исследования. Эволюция технологий проведения социологического исследования. Процедура организации социологического исследования. Источники информации в социологическом исследовании.

**Модульная единица 2** Правовое обоснование социологических и маркетинговых исследований

Международный кодекс ECOMAP по проведению маркетинговых и социологических исследований. Права и обязанности исследователя. Права и обязанности респондента. Правила и процедуры проведения социологического исследования детей. Юридическое сопровождение социологического исследования.

#### Модульная единица 3 Планирование программы социологического исследования

Процедура планирования социологического исследования. Техническое задание и процедуры его составления. Выборки в социологических исследованиях. Стоимость социологического исследования.

**Модульная единица 4** Разработка рабочих документов для количественных исследований

Процедура шкалирования количественного исследования. Виды вопросов в социологических исследованиях. Виды шкал в социологических исследованиях. Шкалы семантических дифференциалов и Лайкерта в проведении количественных исследований.

**Модульная единица 5** Разработка рабочих документов для качественных исследований

Процедура разработки топик-гайда для глубинного интервью и фокус-группы. Методика проведения глубинного интервью. Методика проведения фокус-группы. Организация рекрутинга для фокус-групп и глубинных интервью. Оценка качества рекламной услуги методом тайного покупателя.

**Модуль 2 Методы сбора информации в социологических исследованиях**

**Модульная единица 1** Опросные методы в социологических исследованиях

Понятие и виды опросов. Методика проведения устных опросов. методика составления анкет и интернет-анкетирования. Архитектура построения анкеты. Фильтрация вопросов и их роль в определении целевой аудитории.

**Модульная единица 2.** Наблюдения как метод сбора информации

Понятие, виды, преимущества и недостатки наблюдений. Этапы проведения наблюдения. Документирование наблюдений: карточки и дневник наблюдений. Методика скрытого наблюдения. Применение наблюдений в сфере рекламы. Нейромаркетинговые методики в применении к сфере рекламы.

**Модульная единица 3** Эксперименты в социологических исследованиях

Понятие и виды экспериментов. Преимущества и недостатки эксперимента. Холл-тесты и хоум-тесты в проблематике рекламной деятельности. Особенности полевого этапа эксперимента. Процедура логического доказательства результатов эксперимента. Применение экспериментов в сфере рекламы.

**Модульная единица 4** Подготовка отчетов об исследовании

Структура отчета о социологическом исследовании. Процедура рецензирования и защиты отчета о социологическом исследовании. Правила формирования банка данных социологического исследования.

#### 4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия Содержание лекционного курса

Таблица 4

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	<b>Модуль 1 Организация социологического исследования</b>		<b>Кейс</b>	<b>8</b>
	<b>МЕ 1</b> Введение в теорию социологического исследования	Лекция 1 - Введение в теорию социологического исследования	Тест	1
	<b>МЕ 2</b> Правовое обоснование социологических и маркетинговых исследований	Лекция 1- Правовое обоснование социологических и маркетинговых исследований	Тест	1
	<b>МЕ 3</b> Планирование программы социологического исследования	Лекция 1- Процедура формирования технического задания	Имитационное упражнение	1
		Лекция 2- Выборки и их роль в социологическом исследовании	Тест	1
<b>МЕ 4</b> Разработка рабочих документов для количественных исследований	Лекция 1- Общие правила составления рабочих документов для количественных исследований	Имитационное упражнение	1	

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	исследований	Лекция 2- Виды вопросов и шкал	Имитационное упражнение	1
	<b>МЕ 5</b> Разработка рабочих документов для качественных исследований	Лекция 1- Общие правила составления рабочих документов для качественных исследований	Имитационное упражнение	1
		Лекция 2- Топик-гайды в рекламной сфере	Кейс	1
2.	<b>Модуль 2 Методы сбора информации в социологических исследованиях</b>		<b>Тест</b>	<b>8</b>
	<b>МЕ 1</b> Опросные методы в социологических исследованиях	Лекция 1 – Виды опросов	Тест	1
		Лекция 2 – Порядок проведения опросов	Тест	1
	<b>МЕ 2</b> Наблюдения как метод сбора информации	Лекция 1- Виды наблюдений	Тест	1
		Лекция 2- Процедура организации наблюдения	Имитационное упражнение	1
	<b>МЕ 3</b> Эксперименты в социологических исследованиях	Лекция 1- Виды экспериментов	Кейс	1
		Лекция 2- Процедура организации эксперимента	Имитационное упражнение	1
	<b>МЕ 4</b> Подготовка отчетов об исследовании	Лекция 1- Структура отчета	Тест	1
		Лекция 2- Процедура защиты отчета	Тест	1
	<b>Итого</b>		<b>Зачет с оценкой</b>	<b>16</b>

Таблица 5

### Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	<b>Модуль 1 Организация социологического исследования</b>		<b>Кейс</b>	<b>16</b>
	<b>МЕ 1</b> Введение в теорию социологического исследования	Занятие № 1 - Введение в теорию социологического исследования	Тест	2
	<b>МЕ 2</b> Правовое обоснование социологических и маркетинговых исследований	Занятие № 1- Правовое обоснование социологических и маркетинговых исследований	Тест	2
	<b>МЕ 3</b> Планирование программы социологического исследования	Занятие № 1- Процедура формирования технического задания	Имитационное упражнение	2
		Занятие № 2- Выборки и их роль в социологическом исследовании	Тест	2
	<b>МЕ 4</b> Разработка рабочих документов для количественных исследований	Занятие № 1- Общие правила составления рабочих документов для количественных исследова-	Имитационное упражнение	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	исследований	Занятие № 2- Виды вопросов и шкал	Имитационное упражнение	2
	<b>МЕ 5</b> Разработка рабочих документов для качественных исследований	Занятие № 1- Общие правила составления рабочих документов для качественных исследований	Имитационное упражнение	2
		Занятие № 2- Топик-гайды в рекламной сфере	Тест	2
2.	<b>Модуль 2 Методы сбора информации в социологических исследованиях</b>		<b>Тест</b>	<b>16</b>
	<b>МЕ 1</b> Опросные методы в социологических исследованиях	Занятие № 1 – Виды опросов	Тест	2
		Занятие № 2 – Порядок проведения опросов	Тест	2
	<b>МЕ 2</b> Наблюдения как метод сбора информации	Занятие № 1- Виды наблюдений	Тест	2
		Занятие № 2- Процедура организации наблюдения	Имитационное упражнение	2
	<b>МЕ 3</b> Эксперименты в социологических исследованиях	Занятие № 1- Виды экспериментов	Кейс	2
		Занятие № 2- Процедура организации эксперимента	Имитационное упражнение	2
	<b>МЕ 4</b> Подготовка отчетов об исследовании	Занятие № 1- Структура отчета	Тест	2
		Занятие № 2- Процедура защиты отчета	Тест	2
	<b>Итого</b>		<b>Зачет с оценкой</b>	<b>32</b>

#### 4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний.

Самостоятельная работа (СР) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины. Рекомендуются следующие формы организации самостоятельной работы студентов:

- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка к семинарам и коллоквиумам;
- выполнение контрольных заданий при самостоятельном изучении дисциплины;
- подготовка к зачет с оценкой.

##### 4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
<b>Модуль 1</b>		<b>Организация социологического исследования</b>	<b>16</b>
<b>МЕ 1</b>	Введение в теорию социологического исследования	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие существуют подходы к определению социологических исследований?</li> <li>2. В чем сущность понятия «социологическое исследование»?</li> <li>3. В чем заключается роль социологических исследований в рекламе?</li> <li>4. Возможно ли практиковать социологические исследования для некоммерческих структур?</li> <li>5. Кто испытывает потребность в социологических исследованиях?</li> <li>6. В чьи обязанности входит проведение социологических исследований?</li> <li>7. В чем измеряется эффективность социологических исследований?</li> <li>8. Перечислите основные принципы социологических исследований.</li> <li>9. Какие факторы влияют на периодичность социологических исследований?</li> </ol>	4
<b>МЕ 2</b>	Правовое обоснование социологических и маркетинговых исследований	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечислите разделы кодекса ЕСОМАР.</li> <li>2. Какие последствия наступают при невыполнении требований кодекса ЕСОМАР при проведении социологических и маркетинговых исследований?</li> <li>3. Какие процедурные вопросы решаются на подготовительном этапе проведения социологических исследований?</li> <li>4. Какие процедурные вопросы решаются на этапе сбора и обработки информации?</li> <li>5. В чем специфика этапа представления полученных результатов социологического исследования?</li> <li>6. Опишите обязанности интервьюера по отношению к респонденту в зависимости от возраста.</li> <li>7. Опишите обязанности интервьюера по отношению к респонденту в зависимости от пола.</li> <li>8. Опишите обязанности интервьюера по отношению к респонденту в зависимости от национальности.</li> </ol>	3
<b>МЕ 3</b>	Планирование программы социологического исследования	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как разработать концепцию исследования?</li> <li>2. Каким образом формируется гипотеза исследования?</li> <li>3. Дайте определение системы показателей.</li> <li>4. Как происходит получение и анализ эмпирических данных?</li> <li>5. Каким образом происходит формулирование основных выводов и оформление результатов исследования.</li> <li>6. В чем состоит подготовка и представление</li> </ol>	3

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
		отчета с окончательными результатами исследования? 7. Кто может использовать результаты маркетингового исследования. 8. Как можно оценить результаты мероприятий, предпринятых на основе проведенных исследований.	
<b>МЕ 4</b>	Разработка рабочих документов для количественных исследований		3
<b>МЕ 5</b>	Разработка рабочих документов для качественных исследований		3
<b>Модуль 2</b>		<b>Методы сбора информации в социологических исследованиях</b>	<b>20</b>
<b>МЕ 1</b>	Опросные методы в социологических исследованиях	1. Какие виды и формы опросов существуют? 2. По каким критериям выбирается тот или иной вид опроса и его форма? 3. Какие преимущества и недостатки существуют у телефонных опросов? У почтовых опросов? 4. По каким направлениям классифицируются вопросы? 5. Перечислите требования, предъявляемые к анкете-вопроснику. 6. В чем заключаются основные ошибки при составлении вопросов. 7. В каких случаях применяются шкалы? 8. В чем отличие шкалы Лайкерта от шкалы Озгуда? 9. Что такое шкалы восприятия? 10. Перечислите основные ошибки при составлении шкал.	5
<b>МЕ 2</b>	Наблюдения как метод сбора информации	1. Какие методы наблюдений существуют? 2. Перечислите цели наблюдения? 3. Какие этапы наблюдений существуют? 4. В чем специфика подготовительного этапа проведения наблюдений? 5. Дать развернутую характеристику метода синектики. 6. Перечислить основные недостатки морфологического метода наблюдений. 7. В каких случаях применяют метод Делфи? 8. Каковы основные трудности реализации метода «Мозгового штурма». 9. Какие способы фиксации результатов наблюдений существуют? 10. Какие факторы влияют на качество наблюдений?	5

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
МЕ 3	Эксперименты в социологических исследованиях	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем принципиальное отличие эксперимента от других способов получения маркетинговой информации?</li> <li>2. В чем заключаются цели и задачи эксперимента?</li> <li>3. Какие виды экспериментов существуют?</li> <li>4. Охарактеризуйте эксперимент как метод сбора маркетинговой информации.</li> <li>5. В чем состоит отличие холл-тестов от хоум-тестов?</li> <li>6. Как проводятся тесты на выявление уровня адаптированности к меняющимся условиям?</li> <li>7. Перечислите этапы проведения эксперимента.</li> <li>8. Дайте характеристику зависимых и независимых переменных.</li> <li>9. Как осуществляется доказательство гипотезы эксперимента?</li> <li>10. Перечислите критерии выбора схемы проведения эксперимента.</li> <li>11. По каким критериям оцениваются результаты эксперимента?</li> </ol>	5
МЕ 4	Подготовка отчетов об исследовании	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечислите разделы отчета.</li> <li>2. Каковы цели и задачи исследования?</li> <li>3. Какие методы и методики, результаты, ограничения, выводы и рекомендации могут использоваться в разных отчетах о маркетинговом исследовании?</li> <li>4. Какие требования предъявляются к стилю изложения материала в отчете?</li> <li>5. Какие требования предъявляются к графическому материалу, представленному в отчете.</li> <li>6. Каковы основные требования, предъявляемые к проведению презентации отчета?</li> <li>7. Где могут быть использованы результаты презентации отчета?</li> <li>8. Каковы основные результаты отчета о проведении социологического исследования?</li> </ol>	5
	Подготовка к текущему контролю знаний		51
	Подготовка к зачету		9
<b>ВСЕГО:</b>			<b>96</b>

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Не предусмотрено учебным планом

## 5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

## Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ОПК-4	М1,2	М1,2	М1,2		Зачет с оценкой
ОПК-7					

### 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### 6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

#### 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

#### **Информационно- поисковые системы:**

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

#### **Другие материалы к занятиям:**

- Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 23.04.2018) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".
- Указ Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. №646 «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации»
- Распоряжение правительства РФ от 20 июля 2013 года №1268-р «Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 года»
- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

#### 6.3 Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF &#8210; Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

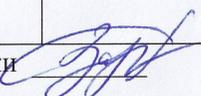
Таблица 7

**КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ**

Кафедра Философии Направление подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Дисциплина «Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью»

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год Издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная литература										
Л,ПЗ	Социология [Текст] : учебник	Лавриненко ,В.Н. [и др.]	М. : Проспект	2015	Печ.		Библ			10
Л,ПЗ	Социология [Текст] : учебник для бакалавров	Кравченко, А. И.	М. : Проспект	2014	Печ		Библ			40
Дополнительная литература										
Л,ПЗ	Социология [Текст] : словарь терминов	Коленкина, А. А.	Красноярск: КрасГАУ	2015	Печ.		Библ			2
Л,ПЗ	Социология [Текст] : учебник	Немировский, В. Г.	М. : Проспект	2013	Печ		Библ			10

Директор Научной библиотеки 

## 7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

**Текущая аттестация** бакалавров производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- кейсы;
- выполнение имитационных упражнений.

### Рейтинг – план дисциплины «Социологические исследования в рекламе»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	42	40
2	Модуль № 2	66	40
	Зачет с оценкой	-	20
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>100</b>

- Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ				Итого
		Имитационные упражнения	Тестирование	Keis-stadi	Зачет с оценкой	
1	Модуль № 1	20	10	10		40
2	Модуль № 2	20	10	10		40
	Зачет с оценкой	-	-	-	20	20
	<b>Итого</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

### Промежуточный контроль (зачет с оценкой)

В соответствии с учебным планом формой контроля по дисциплине для бакалавров очной формы обучения являются зачет с оценкой.

Целью зачет с оценкой является проверка усвоения бакалаврами теоретического материала по темам курса, овладения ими методикой опросов, наблюдений, экспериментов.

Зачет с оценкой по дисциплине «Социологические исследования в рекламе» может проводиться в зависимости от целесообразности и успеваемости бакалавров в течение учебного семестра в следующих формах:

В виде тестирования по основным разделам курса;

В письменном виде (письменный ответ бакалавров на представленные преподавателем вопросы и задания);

В форме интервью по основным вопросам курса.

В ходе изучения дисциплины также по отдельным темам могут применяться такие формы текущего контроля, как тестирование по разделам, написание контрольных, самостоятельных работ, проведения коллоквиума.

В ходе самостоятельной работы бакалавров им могут быть предложены экономические сочинения по проблемным вопросам дисциплины, рефераты по различным темам, доклады по наиболее актуальным разделам дисциплины, имеющим практическое значение. Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Социологические исследования в рекламе».

Обучающийся, не сдавший зачет с оценкой, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: [http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik\\_lz.pdf](http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf).

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Компьютерный класс 2-17 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 4-26 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора Intel Core i3 в комплектации с монитором Samsung и др. внешними периферийными устройствами, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB-X8 2500 со встроенными динамиками.

### **Программное обеспечение:**

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF &#8210; Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

## **9. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины**

### **9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся**

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

## **9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	<ul style="list-style-type: none"> <li>• в печатной форме;</li> <li>• в форме электронного докумен-та;</li> </ul>
С нарушением зрения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• в печатной форме увеличенных шрифтом;</li> <li>• в форме электронного докумен-та;</li> <li>• в форме аудиофайла;</li> </ul>
С нарушением опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none"> <li>• в печатной форме;</li> <li>• в форме электронного докумен-та;</li> <li>• в форме аудиофайла.</li> </ul>

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

## ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

**Программу разработали:**

Юшкова Л.В. канд. экон. наук, доцент

---

(подпись)

**Рецензия на рабочую программу  
по дисциплине «Социологические исследования в рекламе и связях с  
общественностью» для обучающихся 1 курса очной формы обучения по  
направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность  
(профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»**

Рабочая программа по дисциплине «Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью» для обучающихся 1 курса очной формы обучения подготовки по магистерской программе по направлению (далее по тексту Рабочая программа) представленная для рецензирования, соответствует в части преподавания предмета «Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью» примерной программе данной дисциплины, а также Федеральному государственному образовательному стандарту ФГОС ВО для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», квалификация (степень) - бакалавр.

Программа содержит аннотацию, содержание которой определяет место и роль данной дисциплины, в овладении обучающимися знаниями, практическими навыками и компетенциями, установленными Федеральным государственным образовательным стандартом ВО для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» квалификация (степень) - бакалавр.

В программе определены конкретные цели и задачи изучения дисциплины «Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью», отражены тенденции ее развития за последнее десятилетие.

Тематический план лекций и практических занятий составлен в логически обоснованной последовательности, позволяющей обучающимся поэтапно осваивать разделы дисциплины, следуя принципам от простого к сложному. Учебное время распределено по темам курса и видам учебных занятий оптимальным образом.

Программа содержит карту материально-технического обеспечения дисциплины, согласно которой, имеет место хороший уровень технического, в том числе компьютерного, оснащения процесса обучения и контроля знаний учащихся.

Перечень учебной литературы разделен на основные и дополнительные источники и представлен современными изданиями, рекомендованными в качестве учебников Министерством образования и науки Российской Федерации.

Таким образом, представленная программа отвечает всем необходимым требованиям по структуре, изложению и содержанию для дисциплины «Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью», что позволяет дать положительное заключение и считать возможным ее использование в учебном процессе по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)».

Доцент кафедры философии  
ГИ СФУ



к.филос.н., Григоренко Е.В.