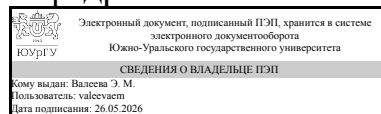


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



Э. М. Валеева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.10.01 Социологические технологии в PR-деятельности
для направления 39.03.01 Социология

уровень Бакалавриат

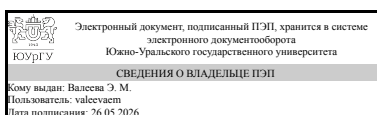
профиль подготовки Социологические и маркетинговые исследования

форма обучения очная

кафедра-разработчик Социология

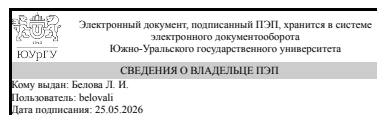
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённым приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 75

Зав.кафедрой разработчика,
к.пед.н.



Э. М. Валеева

Разработчик программы,
к.культурологии, доцент



Л. И. Белова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является ознакомление студентов с применением методов социологических исследований в области связей с общественностью.

Задачи: - рассмотреть PR-деятельность как разновидность социальной коммуникации, уяснить зависимость происходящих изменений в различных сферах общества от PR-коммуникаций - изучить основные направления и методики связей с общественностью, в том числе социально-коммуникативного характера - усвоить взаимосвязь PR-деятельности, рекламы и маркетинга - сформировать способность применения методов сбора и анализа социологической информации в сфере связей с общественностью - выработать навыки создания проекта на базе проведенного исследования, презентации результатов исследования и PR-проекта - получить знания по использованию социологических методов для принятия решений в сфере PR, оценке их целесообразности и эффективности - уяснить специфику документального сопровождения исследований в данной сфере.

Краткое содержание дисциплины

PR как особая сфера деятельности; объект, предмет, задачи связей с общественностью; связь с рекламой и маркетингом; социологические методы исследования в связях с общественностью; особенности применения методов опроса, анализа данных, фокус-групп и проективных методик в PR-деятельности; документальное сопровождение связей с общественностью, виды отчетов по результатам исследований; принятие решений по результатам исследований, оценка эффективности принятых решений; разновидности PR и их специфика (бизнес, политика, органы власти, общественные организации)

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп	Знает: возможности практической социологии в организации эффективной рекламной кампании; особенности организации социологических исследований в области рекламы и связей с общественностью Умеет: находить оптимальные способы коммуникации организаций, предприятий и учреждений с общественностью; организовывать и проводить эмпирические социологические исследования в области рекламы и связей с общественностью Имеет практический опыт: планирования эмпирических социологических исследований в области рекламы и PR

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
---	---

Гендерная социология, Качественные методы в социологических и маркетинговых исследованиях, Социология маркетинга, Социология социальной работы, Социология конфликта, Методология и методы социологических исследований, Социология потребления	Не предусмотрены
---	------------------

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Методология и методы социологических исследований	Знает: научные теории, концепции, подходы к социологическому анализу для описания исследуемых социальных групп, явлений и процессов; основные методы сбора социологической информации; структуру программы социологического исследования. Умеет: осуществлять поиск, теоретический анализ, объективную безоценочную интерпретацию эмпирических данных социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории для подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях; применять методы сбора информации на практике; Имеет практический опыт: участия в проведении социологических исследований; подготовки аналитической информации об исследуемых группах, процессах и явлениях на основе социологического анализа и научного объяснения; интерпретации данных социологического исследования; создания инструментария для проведения социологического исследования;
Качественные методы в социологических и маркетинговых исследованиях	Знает: основные особенности и сферу применения качественных методов; Умеет: выбирать и реализовывать качественные методы сбора и анализа информации; Имеет практический опыт: проведения качественного социологического исследования
Социология маркетинга	Знает: основные понятия и термины, используемые в маркетинге, особенности предмета маркетинга как науки, его роль и функции в современном обществе Умеет: применять концепции маркетинга, методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности Имеет практический опыт: анализа рыночной ситуации

Социология конфликта	Знает: основные теоретические концепции социальных конфликтов, виды структуру конфликта, способы его разрешения Умеет: применять теоретические концепции для анализа и разрешения социальных конфликтов Имеет практический опыт: применения социологических методов исследования социальных конфликтов, идентификации потребностей и интересов социальных групп
Социология социальной работы	Знает: содержание основных теоретических концепций, сформировавшихся в процессе становления и развития социологии и социальной работы Умеет: выявлять основные группы риска среди населения РФ; Имеет практический опыт: применения комплексных технологий социальной работы при решении социальных проблем;
Социология потребления	Знает: модели и теоретические концепции потребления в социальных дисциплинах (экономика, социология, маркетинг, психология), как протекают реальные социально-экономические процессы в сфере потребления в России и за рубежом Умеет: разрабатывать и реализовывать программу эмпирического исследования по данной проблеме Имеет практический опыт: использования статистических данных в исследованиях потребления
Гендерная социология	Знает: основные категории и теоретические концепции гендерной социологии ; Умеет: давать объективную оценку различным социальным явлениям и процессам, происходящим в сфере гендерных отношений; Имеет практический опыт: применения основных положений социологии в их гендерном аспекте при решении социальных и профессиональных задач, связанных с анализом социально значимых гендерных проблем и процессов;

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 42,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	36	36
Лекции (Л)	24	24
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	12	12

Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	65,75	65,75
Работа с литературой. Методы социологических исследований в PR	12	12
Подготовка к зачету	15,75	15.75
Работа с литературой. PR, маркетинг и реклама	14	14
Разработка PR-проекта	24	24
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Public relations как дисциплина и сфера деятельности. Объект, предмет, задачи связей с общественностью. Разновидности связей с общественностью	3	2	1	0
2	Формы и технологии связей с общественностью в современном обществе	6	4	2	0
3	Задачи и методы социологических исследований в сфере связей с общественностью	3	2	1	0
4	Применение метода анализа документов в исследованиях PR	6	4	2	0
5	Особенности проведения фокус-групп для решения задач в сфере PR	3	2	1	0
6	Метод опроса и проективные методики	6	4	2	0
7	Создание PR-проекта. Документальное сопровождение. Отчеты по исследованиям и проектам	6	4	2	0
8	Эффективность PR-деятельности	3	2	1	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Public relations как дисциплина и сфера деятельности. Объект, предмет, задачи связей с общественностью. Разновидности связей с общественностью	2
2	2	Формы и технологии связей с общественностью в современном обществе	4
3	3	Задачи и методы социологических исследований в сфере связей с общественностью	2
4	4	Применение метода анализа документов в исследованиях PR	4
5	5	Особенности проведения фокус-групп для решения задач в сфере PR	2
6	6	Метод опроса и проективные методики	4
7	7	Создание PR-проекта. Документальное сопровождение. Отчеты по исследованиям и проектам	4
8	8	Эффективность PR-деятельности	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во
-----------	-----------	---	--------

			часов
1	1	Public relations как дисциплина и сфера деятельности. Объект, предмет, задачи связей с общественностью. Разновидности связей с общественностью	1
2	2	Формы и технологии связей с общественностью в современном обществе	2
3	3	Задачи и методы социологических исследований в сфере связей с общественностью	1
4	4	Применение метода анализа документов в исследованиях PR	2
5	5	Особенности проведения фокус-групп для решения задач в сфере PR	1
6	6	Метод опроса и проективные методики	2
7	7	Создание PR-проекта. Документальное сопровождение. Отчеты по исследованиям и проектам	2
8	8	Эффективность PR-деятельности	1

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Работа с литературой. Методы социологических исследований в PR	Яковлева, Н.Ф. Социологическое исследование. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2014. — 250 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/48359 — Загл. с экрана. https://e.lanbook.com/book/48359 ; Склад, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Склад, Г.И. Авдеев, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 216 с. https://e.lanbook.com/book/93362 ; Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/68679	8	12
Подготовка к зачету	Яковлева, Н.Ф. Социологическое исследование. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2014. — 250 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/48359 — Загл. с экрана. https://e.lanbook.com/book/48359 ; Склад, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Склад, Г.И. Авдеев, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 216 с. https://e.lanbook.com/book/93362 ; Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. [Электронный ресурс] —	8	15,75

	Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/68679		
Работа с литературой. PR, маркетинг и реклама	Яковлева, Н.Ф. Социологическое исследование. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2014. — 250 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/48359 — Загл. с экрана. https://e.lanbook.com/book/48359 ; Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 216 с. https://e.lanbook.com/book/93362 ; Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/68679	8	14
Разработка PR-проекта	Яковлева, Н.Ф. Социологическое исследование. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2014. — 250 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/48359 — Загл. с экрана. https://e.lanbook.com/book/48359 ; Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум. [Электронный ресурс] / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 216 с. https://e.lanbook.com/book/93362 ; Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/68679	8	24

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	8	Текущий контроль	Опрос	1	5	Опрос. Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки,	зачет

						литература (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании из перечня вопросов для текущего контроля 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинар - 5 баллов. Максимальная оценка за 8 семинаров - 40 баллов 5 баллов. Максимальная оценка выставляется при готовности ответов на все вопрос, либо при готовности 4 из 5, при дополнении ответов других, активной работе на семинаре (вопросы, участие в дискуссии). 4 – студент подготовил ответы на 3-4 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопрос из 5 и активное участие в дискуссии. 3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов. 2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии 1 балла – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении, работает на семинаре. 0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.	
2	8	Текущий контроль	Практическое задание	1	20	20 баллов Максимальная оценка выставляется при правильно выполненном задании. 15-19 – в задании есть недочеты и несущественные замечания. 14-10 – в работе есть ошибки, либо не полностью выполненное задание 10 баллов и менее - задание выполнено с грубыми нарушениями, либо большая часть задания не выполнена.	зачет
3	8	Промежуточная аттестация	Зачет	-	40	Зачет по дисциплине выставляется по накоплению результатов контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий. Для получения оценки "Зачтено" необходимо набрать от 60% до 100%. Если студент набрал менее 60% за семестр, то зачет проводится в устной форме. Каждый студент получает 2 вопроса из разных разделов курса. При неправильном ответе студенту могут быть заданы уточняющие или новые вопросы из этой темы. В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Зачет по дисциплине выставляется по накоплению результатов	В соответствии с

	контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий. Для получения оценки "Зачтено" необходимо набрать от 60% до 100%. Если студент набрал менее 60% за семестр, то зачет проводится в устной форме. Каждый студент получает 2 вопроса из разных разделов курса. При неправильном ответе студенту могут быть заданы уточняющие или новые вопросы из этой темы..	пп. 2.5, 2.6 Положения
--	--	---------------------------

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ		
		1	2	3
ПК-2	Знает: возможности практической социологии в организации эффективной рекламной кампании; особенности организации социологических исследований в области рекламы и связей с общественностью	+	+	+
ПК-2	Умеет: находить оптимальные способы коммуникации организаций, предприятий и учреждений с общественностью; организовывать и проводить эмпирические социологические исследования в области рекламы и связей с общественностью	+	+	+
ПК-2	Имеет практический опыт: планирования эмпирических социологических исследований в области рекламы и PR	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. PR в России : междунар. проф. журн. / Изд. дом "Соврем. экономика". - М.. -. URL: <http://www.prjournal.ru/>
2. Музыкант В. Л. Формирование брэнда средствами PR и рекламы : учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 350700 "Реклама" / В. Л. Музыкант. - 2-е изд., с изм.. - М. : Экономистъ, 2006. - 606, [1] с.
3. Пелленен Л. В. Взаимодействие со СМИ как PR-технология в системе массовой коммуникации : монография / Л. В. Пелленен. - Челябинск : Цицеро, 2013. - 139 с. : ил.
4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. : ил.
5. Чумиков А. Н. Связи с общественностью : теория и практика : учебник для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 5-е изд., перераб. и доп.. - М. : Дело, 2008. - 557 с.

б) дополнительная литература:

1. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности

021400 "Журналистика" / А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. : ил.

2. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью : учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - 4-е изд., испр. и доп.. - М. : Академический проект, 2007. - 430, [1] с. : ил.

3. Шарков Ф. И. Реклама и связи с общественностью : Коммуникативная и интерактивная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и социал. отношений. - М.; Екатеринбург : Деловая книга: Академический проект, 2007. - 299, [1] с.

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*
Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Социологические технологии в PR-деятельности
2. Семестровое задание

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Социологические технологии в PR-деятельности
2. Семестровое задание

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	210 (1)	Основное оборудование: 10 компьютеров, проектор, экран
Самостоятельная работа студента	210 (1)	Основное оборудование: 10 компьютеров, проектор, экран
Практические занятия и семинары	210 (1)	Основное оборудование. 10 компьютеров, проектор, экран