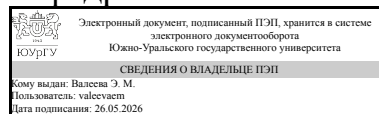


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



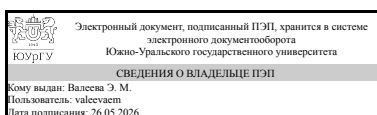
Э. М. Валеева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.10.02 Социология PR-деятельности
для направления 39.03.01 Социология
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Социологические и маркетинговые исследования
форма обучения очная
кафедра-разработчик Социология

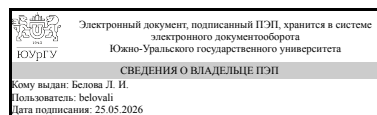
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённым приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 75

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: способы осуществления связей с общественностью организаций и учреждений различных форм собственности Умеет: формулировать и решать задачи по совершенствованию рекламной кампании и проведению социологических исследований Имеет практический опыт: документального сопровождения социологических исследований в данной сфере

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Качественные методы в социологических и маркетинговых исследованиях, Гендерная социология, Социология конфликта, Социология социальной работы,	Не предусмотрены

Социология потребления, Социология маркетинга, Методология и методы социологических исследований	
--	--

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

Дисциплина	Требования
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 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;
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
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;
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;
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 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

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
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	65,75	65,75
Работа с литературой. PR, маркетинг и реклама	14	14
Работа с литературой. Методы социологических	12	12

исследований в PR		
Подготовка к зачету	15,75	15.75
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 проетам	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. 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 ; 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	14
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	8	15,75

	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		
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	Учи- тыва- ется в ПА
1	8	Текущий контроль	Опрос	1	5	Опрос. Проводится на семинарских занятиях в устной форме. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, 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	зачет

						баллов. Максимальная оценка за 8 семинаров - 40 баллов 5 баллов. Максимальная оценка выставляется при готовности ответов на все вопросы, 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 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.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	При неправильном ответе студенту могут быть заданы уточняющие или новые вопросы из этой темы..	
--	--	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ		
		1	2	3
ПК-2	Знает: способы осуществления связей с общественностью организаций и учреждений различных форм собственности	+	+	+
ПК-2	Умеет: формулировать и решать задачи по совершенствованию рекламной кампании и проведению социологических исследований	+	+	+
ПК-2	Имеет практический опыт: документального сопровождения социологических исследований в данной сфере	+	+	+

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. Семестровое задание
2. Социологические технологии в PR-деятельности

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

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

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бесспорно)

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
Самостоятельная работа студента	210 (1)	Основное оборудование: 10 компьютеров, проектор, экран
Практические занятия и семинары	210 (1)	Основное оборудование. 10 компьютеров, проектор, экран
Лекции	210 (1)	Основное оборудование: 10 компьютеров, проектор, экран