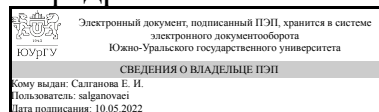


УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



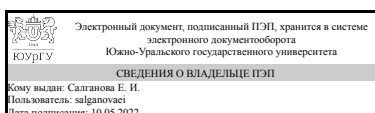
Е. И. Салганова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.10.02 Социология PR-деятельности
для направления 39.03.01 Социология
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Социологические и маркетинговые исследования
форма обучения очная
кафедра-разработчик Социология

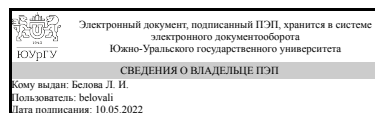
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утверждённым приказом Минобрнауки от 05.02.2018 № 75

Зав.кафедрой разработчика,
к.социол.н.



Е. И. Салганова

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

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Социология конфликта, Социология потребления, Гендерная социология, Социология маркетинга, Социология социальной работы	Не предусмотрены

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

Дисциплина	Требования
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;
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;
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 к анализу и разрешению социальных конфликтов; Имеет практический опыт:
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., 48,25 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>	48	48	
Лекции (Л)	24	24	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	24	24	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	53,75	53,75	
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Работа с литературой. Методы социологических исследований в PR	12	12	
Работа с литературой. PR, маркетинг и реклама	14	14	
Подготовка к зачету	13,75	13.75	
Разработка PR-проекта	14	14	
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 связи с общественностью. Разновидности связей с общественностью	4	2	2	0
2	Формы и технологии связей с общественностью в современном обществе	8	4	4	0
3	Задачи и методы социологических исследований в сфере связей с общественностью	4	2	2	0
4	Применение метода анализа документов в исследованиях PR	8	4	4	0
5	Особенности проведения фокус-групп для решения задач в сфере PR	4	2	2	0
6	Метод опроса и проективные методики	8	4	4	0
7	Создание PR-проекта. Документальное сопровождение. Отчеты по исследованиям и проектам	8	4	4	0
8	Эффективность PR-деятельности	4	2	2	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 связи 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 проетам	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 свяей 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 проетам	4
8	8	Эффективность PR-деятельности	2

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 ; 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,	8	12

	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: PR и реклама. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/68679	8	14
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 ; 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: PR и реклама. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/68679	8	13,75
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: PR и реклама. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/68679	8	14

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	<p>Основным видом текущего контроля является устное выступление студента на семинаре. В электронном курсе размещаются вопросы для подготовки, список литературы (учебники, статьи из журналов), видеоматериалы. В каждом задании из перечня вопросов для текущего контроля 4-5 вопросов основных и дополнительные. Максимальная оценка за 1 семинарскую тему - 5 баллов.</p> <p>Количество оцениваемых семинаров — 10. Максимальная оценка за 8 семинаров - 50 баллов.</p> <p>Максимальная оценка (5 баллов) выставляется за аргументированный ответ на все вопросы семинара.</p> <p>4 - студент подготовил ответы на 3-4 вопроса из 5, не принимает участие в дискуссии, или ответ на 3 вопроса из 5 и активное участие в дискуссии.</p> <p>3 – студент подготовил ответы на 2 из 5 вопросов.</p> <p>2 балла - студент подготовил ответы на 1 из 5 вопросов, не принимает участие в дискуссии</p> <p>1 балл – студент не подготовил ответы на вопросы, но принимает участие в обсуждении.</p> <p>0 баллов – студент не подготовил ответы на вопросы и не работает на семинаре.</p> <p>Итоговый балл за отдельный семинар (0-5) вносится в журнал оценок "Электронный ЮУрГУ". Суммарный итог за все семинары является составной частью текущего контроля БРС. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p>	зачет
2	8	Текущий контроль	Практическое задание	1	20	<p>Творческое (практическое) задание является одним из видов текущего контроля при изучении курса. Творческое задание может</p>	зачет

					<p>изменяться по желанию преподавателя каждый новый учебный год. Описание творческого задания должно быть своевременно выложено в курсе преподавателя в "Электронном ЮУрГУ" и обозначен дедлайн для его сдачи. Максимальная оценка за задание 10 баллов. 20 баллов Максимальная оценка выставляется при правильно выполненном задании.</p> <p>15-19 – в задании есть недочеты и несущественные замечания.</p> <p>14-10 – в работе есть ошибки, либо не полностью выполненное задание</p> <p>10 баллов и менее - задание выполнено с грубыми нарушениями, либо большая часть задания не выполнена.</p> <p>Баллы за творческие задания являются составной частью рейтинга студента по текущему контролю.</p>		
3	8	Промежуточная аттестация	Зачет	-	40	<p>Зачет предполагает устный ответ студента на 2 теоретических вопроса билета. За каждый верный и аргументированный ответ на вопросы билета начисляется 20 баллов. Максимально возможный балл за зачет – 40. В зависимости от качества ответа студент получает: 16-20 баллов - полный развернутый ответ, не содержащий существенных фактических и логических ошибок 12-15 баллов - развернутый ответ, содержащий отдельные фактические и логические неточности 8-11 баллов - недостаточно полный ответ, содержащий 1-2 существенные ошибки 4-7 баллов - неполный ответ, 2-3 значимые ошибки 0-3 балла - ответ отсутствует/ представляет собой отрывочные сведения/ изобилует ошибками. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p>	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Промежуточная аттестация (зачет) по дисциплине выставляется на основе выполнения в течение семестра всех контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины. Зачет выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий в	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	соответствии с п. 2.5, 2.6 Положения. Студент вправе пройти контрольное мероприятие в рамках промежуточной аттестации (зачет) для улучшения своего рейтинга и может получить оценку по дисциплине согласно п. 2.4 Положения о БРС	
--	---	--

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	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

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

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	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.
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Синяева, И.М. Паблик рилейшенз: толковый словарь. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 200 с. https://e.lanbook.com/book/70558
3	Дополнительная	Электронно-	Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум.

	литература	библиотечная система издательства Лань	[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
4	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 280 с. https://e.lanbook.com/book/68679

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(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
Самостоятельная работа студента	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Зачет, диф.зачет	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Лекции	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.
Практические занятия и семинары	210 (1)	количество рабочих мест (стол, стулья) - 32, комплект компьютерного оборудования - 11 шт., проектор - 1 шт., экран - 1 шт., акустическая система - 10 шт., веб-камера - 10 шт.