МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МАСС-МЕДИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление и направленность (профиль)
42.03.04 Телевидение. Журналистика и цифровые мультимедиа

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Социологические исследования в масс-медийной деятельности» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №526) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Афонин А.А.

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 06.04.2026 , протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат	1575566011
Номер транзакции	00000000010A3C3C
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель освоения дисциплины “Социологические исследования в масс-медийной деятельности»:

- сформировать у будущих специалистов в сфере мультимедийной журналистики, у специалистов в сфере связей с общественностью и PR-деятельности представление о тесной взаимосвязи социологии и масс-медийной деятельности;
- сформировать практико-ориентированное представление об основах социологии применительно к масс-медийной деятельности, в том числе рекламной;
- сформировать основные представление о воздействии масс-медиа на личность и аудиторию, восприятии материалов средств массовой информации, в том числе рекламных, с точки зрения формирования общественного мнения.

Задачи курса:

- изучение средств, форм и методов коммуникаций в современном информационном обществе;
- изучение основных технологий проведения социологических исследований в масс-медиа**;**
- изучение особенностей восприятия аудиторией материалов различных видов масс-медиа: печатных, электронных, сетевых, рекламных, с точки зрения формирования общественного мнения;
- овладение навыками сбора и обработки социальной информации, средствами измерения количественной и качественной информации, формирования баз данных, интерпретации результатов анализа применительно к профессиональной деятельности журналиста, специалиста по связям с общественностью и рекламы;
- воспитания уважительного отношения к исследованиям различных специалистов, групп, институтов общества и воспитание толерантного отношения к мнению других людей.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.03.04 «Телевидение» (Б-ТЛ)				

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	**Формирование ценностей**	**Целевые ориентиры**
Формирование гражданской позиции и патриотизма		

Воспитание уважения к истории и культуре России	Достоинство	Гуманность
Формирование чувства гордости за достижения России	Жизнь	Системное мышление
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Гражданственность	Доброжелательность и открытость
Воспитание уважения к Конституции и законам Российской Федерации	Гуманизм	Системное мышление
Формирование толерантности и уважения к представителям различных национальностей и культур, проживающих в России	Достоинство	Решительность
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Воспитание нравственности, милосердия и сострадания	Патриотизм	Самообучение
Формирование ответственного отношения к труду	Созидательный труд	Решительность
Воспитание чувства долга и ответственности перед семьей и обществом	Жизнь	Системное мышление
Развитие культуры здорового образа жизни	Историческая память и преемственность поколений	Самостоятельность
Воспитание экологической культуры и ценностного отношения к окружающей среде	Жизнь	Системное мышление
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Единство народов России	Приверженность здоровому образу жизни
Формирование осознания ценности научного мировоззрения и критического мышления	Достоинство	Осознание ценности профессии
Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи	Гуманизм	Ответственное отношение к окружающей среде и обществу
Формирование культуры интеллектуального труда и научной этики	Единство народов России	Приверженность здоровому образу жизни
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Историческая память и преемственность поколений	Пунктуальность
Воспитание культуры диалога и уважения к мнению других людей	Взаимопомощь и взаимоуважение	Гуманность
Формирование навыков публичного выступления и презентации своих идей	Приоритет духовного над материальным	Решительность
Формирование культуры письменной речи и делового общения	Патриотизм	Доброжелательность и открытость

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Социологические исследования в масс-медийной деятельности» является дисциплиной базовой части профессионального цикла учебного рабочего плана направления 42.03.04 Телевидение и 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в 6-ом семестре для студентов очной формы обучения и на 4-ом курсе заочной формы обучения. Дисциплина продолжает формировать компетенции, необходимые для успешной профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью, PR и рекламных служб.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче-ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес-тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.04 Телевидение	ОФО	Б1.Б	6	2	55	18	36	0	1	0	17	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код ре-зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Значение социологии в журналистике, рекламной и PR-деятельности. Масс-медиа как особый вид социальных коммуникаций.		2	4	0	9	1. Собеседование.
2	Развитие отечественной социологии СМИ и рекламы. Этапы и значение. Связь общественно-политических условий с социологическими исследованиями		2	4	0	10	1. Контрольная работа. 2. Собеседование
3	Виды социологических исследований в масс-медиа, в том числе в рекламных центрах, пресс-службах, PR-агентствах		2	4	0	10	1. Контрольная работа. 2. Собеседование.

4	Процедура исследований: этапы и факторы надежности полученных данных		2	4	0	10	Контрольная работа. 2. Собеседование.
5	Выборка и репрезентативность данных исследований.		2	4	0	10	1. Собеседование. 2. Творческое задание
6	Исследования аудитории масс-медиа. Реклама и потребители.		2	4	0	10	1. Контрольная работа. 2 .Собеседование.
7	Социальные показатели исследований: количественные и качественные. Методы сбора данных.		2	4	0	10	1. Собеседование. 2. Творческое задание.
8	Социальные эффекты масс-медиа и рекламных кампаний в периоды предвыборной агитации, обсуждения общественно-значимых проблем, законопроектов.		2	4	0	10	1. Собеседование по вопросам.
9	Итоговое занятие.		2	4	0	10	Контрольная работа
Итого по таблице			**18**	**36**	**0**	**89**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Значение социологии в журналистике, рекламной и PR-деятельности. Масс-медиа как особый вид социальных коммуникаций.

Содержание темы: Знакомство с предметом, целями и задачами изучения дисциплины, практическая значимость. Важность социологических исследований в деятельности журналистов масс-медиа, PR-специалистов. Масс-медиа как особый вид социальных коммуникаций, инструмент формирования сознания, образа жизни, общей картины мира.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выучивание определений основных категорий, подготовка к ответам по заданным вопросам.

Тема 2 Развитие отечественной социологии СМИ и рекламы. Этапы и значение. Связь общественно-политических условий с социологическими исследованиями.

Содержание темы: Условия и факторы развития социологии. Мировая практика: Дж. Гэллап, организатор американского института общественного мнения в 30-ых годах 20 века, первые стандартизированные исследования общественного мнения. Э. Ноэль, Э. Нойман в Германии - исследования по заказам СМИ и т.д. Развитие социологических исследований в СССР, этапы и связь с общественно-политическими условиями. Организация ВЦИОМа. Современные социологические центры.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к ответам на вопросы в устной и письменной форме.

Тема 3 Виды социологических исследований в масс-медиа, в том числе в рекламных центрах, пресс-службах, PR-агентствах.

Содержание темы: Виды социологических исследований по характеру организации исследования (точечные, повторяющиеся и панельные), по масштабу (общенациональные

и локальные), по источнику финансирования (стандартизированные (синдицированные), специальные (эксклюзивные), собственные исследования масс-медиа, в том числе рекламных и PR-агентств .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, , выучивание определений основных категорий , подготовка к ответам по заданным вопросам в устной и письменной форме.

Тема 4 Процедура исследований: этапы и факторы надежности полученных данных.

Содержание темы: Полный ряд этапов процедуры эмпирического социологического исследования (от предварительного изучения проблемы до анализа и подготовки итоговых документов). Важность правильно сформулированной задачи. Устойчивость и правильность измерения.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к ответам по заданным вопросам в устной и письменной форме.

Тема 5 Выборка и репрезентативность данных исследований.

Содержание темы: Способ отбора участников исследований – тип, вид или дизайн выборки. Логика выборки: случайный отбор, многоступенчатый отбор (включает ряд стадий случайного); квотная выборка. Объем выборки. Понятие репрезентативности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к ответам по заданным вопросам, выполнение творческого задания по заданным параметрам.

Тема 6 Исследования аудитории масс-медиа. Реклама и потребители.

Содержание темы: Социологические исследования аудитории различных видов масс-медиа, в том числе рекламных. Потенциальная и целевая аудитории; информационные потребности, рекламные предпочтения. Градация потребностей, интересов, мотивов. Типы включённости в массовую коммуникацию. Механизмы соответствия электронных и сетевых масс-медиа запросам личности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к ответам по заданным вопросам в устной и письменной форме.

Тема 7 Социальные показатели исследований: количественные и качественные. Методы сбора данных.

Содержание темы: Методы сбора данных. Самый распространенный способ - опрос. Виды вопросов: по форме - открытые, закрытые, полузакрытые (свой вариант ответа); по функциям - основные, вспомогательные, в том числе вопросы-фильтры; по способу контакта - интервьюирование и анкетирование, в том числе в интернете. Фокус-группа, контент-анализ. Техника опроса. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к ответам по заданным вопросам, выполнение творческого задания по заданным параметрам в виде опроса.

Тема 8 Социальные эффекты масс-медиа и рекламных кампаний в периоды предвыборной агитации, обсуждения общественно-значимых проблем, законопроектов.

Содержание темы: Понятие эффективности масс-медиа и рекламы. Проблема влияния масс-медиа, в том числе рекламы на сознание и поведение людей, формирование общественного мнения. Практика применения социологических данных в работе журналистов традиционных масс-медиа, интернет-СМИ, специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к ответам по заданным вопросам.

Тема 9 Итоговое занятие.

Содержание темы: Итоговое занятие по изученному теоретическому материалу, подведение итогов практических занятий по основным направлениям профессиональной деятельности, проверка знаний категориального аппарата дисциплины.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция с элементами беседы. Практическое занятие- интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение теоретического материала по всем темам дисциплины, подготовка к выполнению итоговой контрольной работы.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на переаттестацию соответствующих дисциплин (модулей), освоенных в процессе обучения, который в том числе освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Специфика дисциплины «Социологические исследования в масс-медийной деятельности» заключается в практической направленности полученных знаний. В ходе лекционных занятий проводится разбор конкретных ситуаций, возникающих в деятельности сотрудников электронных, сетевых СМИ, рекламных и PR- служб. В ходе практических занятий при ответах на вопросы, при выполнении контрольных работ студенты должны применять полученные теоретические знания. При этом студенты должны в ходе самостоятельной работы в виде творческих заданий анализировать информационные и рекламные материалы с точки зрения изучаемой дисциплины.

Оценка по дисциплине формируется в соответствии с положением о рейтинговой системе оценки знаний. Учитываются 4 основных вида контроля:

1 посещение лекций и практических занятий;

2 контрольные работы;

3 ответ в рамках собеседования по теоретическим вопросам темы;

4 творческое задание, выполненное во время самостоятельной работы.

Неудовлетворительная оценка, полученная студентом, пересдается по правилам рейтинговой оценки знаний студентов ВГУЭС.

Самостоятельная работа студента предполагает изучение теоретической литературы по вопросам социологии масс-медийной деятельности, в том числе рекламной. Это учебники и учебные пособия по психологии масс-медиа и рекламы, радио-телевещанию, Интернет-СМИ, PR- деятельности, рекламе. По некоторым темам студентам будет предложена специальная, дополнительная литература, которую необходимо прочесть, чтобы получить узкоспециальные знания. Источники из списка дополнительной литературы будут предложены по конкретной теме и прокомментированы в начале занятия или в связи с творческим заданием. Студентам по мере изучения тем дисциплины предлагается словарь профессиональных терминов.

При подготовке к занятиям студент должен изучить теоретическую литературу, прочитать записи лекций, выполнить творческое задание и быть готовым ответить на вопросы. Все виды оценочных средств предложены в Фонде оценочных средств.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Добреньков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 768 с. — (Высшее

образование). - ISBN 978-5-16-018913-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2078369 (дата обращения: 31.05.2026)

2. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований : учебник для вузов / А. И. Кравченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 659 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18257-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589542 (дата обращения: 29.09.2026).

3. Оганян, К. М. Социология : учебное пособие для вузов / К. М. Оганян, К. К. Оганян. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21013-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559154 (дата обращения: 01.09.2025).

7.2 Дополнительная литература

1. Вицентий, И. В. Сервисы онлайн-опросов в социологическом исследовании : учебное пособие / И. В. Вицентий. — Мурманск : МАУ, 2024. — 116 с. — ISBN 978-5-907368-73-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/464948 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования : учебник / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 256 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711054 (дата обращения: 20.05.2026). – Библиогр.: с. 212-214. – ISBN 978-5-394-05523-2. – Текст : электронный.

3. Новикова, С. С. Социологические и психологические методы исследований в социальной работе : учебное пособие / С.С. Новикова, А.В. Соловьев. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 495 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010885-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2188869 (дата обращения: 31.05.2026)

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Электронно-библиотечная система "УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН"
5. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
7. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Standard Russian
- Microsoft Windows 7 Home Premium

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В МАСС-МЕДИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление и направленность (профиль)
42.03.04 Телевидение. Журналистика и цифровые мультимедиа

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.03.04 «Телевидение» (Б-ТЛ)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : основных положений социологических исследований в деятельности масс-медиа и рекламы, об основных механизмах их влияния на общественное сознание - основных средств, форм и методов социальных коммуникаций в современном информационном обществе	1.2. Развитие отечественной социологии СМИ и рекламы. Этапы и значение. Связь общественно-политических условий с социологическими исследованиями	Контрольная работа	Контрольная работа
РД2	Умение : анализировать основные технологии проведения социологических исследований в масс-медиа и их применение в практической журналистской и рекламной деятельности	1.7. Социальные показатели исследований: количественные и качественные. Методы сбора данных.	Собеседование	Собеседование
РД3	Навык : сбора и обработки социальной информации, средствами измерения количественной и качественной информаци	1.7. Социальные показатели исследований: количественные и качественные. Методы сбора данных.	Разноуровневые задачи и задания	Разноуровневые задачи и задания

	и, интерпретации результатов анализа применительно к профессиональной деятельности журналиста, специалиста по связям с общественностью и рекламы			

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство**												
	Собеседование №1	Собеседование №2	контрольная работа № 1	контрольная работа № 2	Творческое задание № 1	Творческое задание № 2							Итого
Лекции	5	5											10
Практические занятия			5	5	5	5							20
Самостоятельная работа	5	5	5	5	5	5							30
Промежуточная аттестация													40
Итого													100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Примеры заданий для выполнения контрольных работ

Пример № 1

1. Почему в мировой практике много примеров тесного сотрудничества социологов и специалистов по рекламе? Что объединяет эти профессии? Приведите примеры.
2. Какие исследования, связанные с рекламными материалами в СМИ, проводились на начальных этапах развития социологии масс-медиа?
3. Какие общественно-политические условия способствовали возрождению социологических исследований в отечественной журналистике и рекламе?
4. Какие теоретические и методические проблемы социологии СМИ обсуждались в советский период развития страны?
5. Назовите основные этапы развития социологических исследований в журналистике, в том числе и рекламной, в России.

Пример №2

1. Перечислите этапы процедуры социологического исследования в полном виде.
2. Что значит « разработка инструментария» исследования?
3. По каким критериям делается обоснование выбора единицы анализа, вида (дизайна) выборки?
4. Какое значение имеет инструктаж участников исследования? Обоснуйте ответы.

5 Что обозначают понятия «правильность измерения», «достоверность информации».

Краткие методические указания

Подготовка к контрольной работе осуществляется студентом самостоятельно. Студент использует определения, зафиксированные на лекции или указанные в учебниках по данной теме, а также в дополнительной литературе.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала по теме, усвоение основной учебной и дополнительной литературы, рекомендованной программой, свободно оперирует понятиями и научными категориями при обсуждении теоретических вопросов, глубоко понимает закономерности развития анализируемой сферы, умеет свободно приводить примеры, применяет знания в ситуациях повышенной сложности.
2.	4 балла	Студент демонстрирует знание темы на среднем уровне, знание основных положений учебника и дополнительных материалов, допускает незначительные ошибки, неточности при аналитических операциях, изредка ошибается в понимании содержания категорий, хорошо анализирует предлагаемый для мыслительной деятельности материал, приводит собственные примеры для иллюстрации понимания
3.	3 балла	Студент демонстрирует очень общее усвоение знаний по теме, допускает значительные ошибки при аналитических операциях, проявляет наличие отдельных отрывочных знаний по теме, испытывает значительные трудности при оперировании точными понятиями и категориями.
4.		Студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, проявляет отсутствие логики в ответе, отсутствие знаний материала учебников, либо демонстрирует полное отсутствие знаний по теме.

5.2 Примерный перечень вопросов по темам

Пример № 1.

1. Что значит « количественные и качественные показатели исследований?

2. Перечислить все методы сбора данных.
3. Какие вы знаете виды опросов?
4. Чем принципиально отличается интервьюирование от анкетирования?
5. Чем отличается контент анализ от анализа документов?

Пример № 2.

1. Каковы основные функции рекламы в периоды предвыборных кампаний, дискуссий по общественно-значимым проблемам?
2. Каковы основные формы, средства и методы формирования общественного мнения в указанные периоды?
3. Какие виды социологических исследований, как правило, применяются в указанные периоды?
4. Каковы, как правило, масштабы и источники финансирования исследований в период предвыборных кампаний?
5. Какие формы и виды рекламных кампаний соответствуют ситуациям выборов?

Краткие методические указания

Подготовка к ответам на вопросы при собеседовании осуществляется студентом самостоятельно. Студент использует определения, зафиксированные на лекции или указанные в учебниках по данной теме, а также в дополнительной литературе.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала по теме, усвоение основной учебной и дополнительной литературы, рекомендованной программой, свободно оперирует понятиями и научными категориями при обсуждении теоретических вопросов, глубоко понимает закономерности развития анализируемой сферы, умеет свободно приводить примеры, применяет знания в ситуациях повышенной сложности.
2.	4 балла	Студент демонстрирует знание темы на среднем уровне, знание основных положений учебника и дополнительных материалов, допускает незначительные ошибки, неточности при аналитических операциях, изредка ошибается в понимании содержания категорий, хорошо анализирует предлагаемый для мыслительной деятельности материал, приводит собственные примеры для иллюстрации понимания
3.	3 балла	Студент демонстрирует очень общее усвоение знаний по теме, допускает значительные ошибки при аналитических операциях, проявляет наличие отдельных отрывочных знаний по теме, испытывает значительные трудности при оперировании точными понятиями и категориями.
4.		Студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, проявляет отсутствие логики в ответе, отсутствие знаний материала учебников, либо демонстрирует полное отсутствие знаний по теме.

5.3 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Пример задания № 1

Задача: Всей группе студентов предлагается посмотреть указанную рекламную телевизионную передачу, проанализировать ее. Затем в группе проводится обсуждение по теме.

Пример задания № 2

Задача: Студентам предлагается провести социологический опрос: какие виды, формы и каналы размещения рекламы востребованы в молодежной аудитории» методами:

1) анкетирования,

2) фокус-группы.

Затем проанализировать итоги опроса в форме обсуждения полученных данных.

Краткие методические указания

Студенту необходимо заранее посмотреть указанную программу телеканала, рекламную передачу, выполнить задание. Провести анализ и обсуждение по изучаемой теме. Готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 5 баллами.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Ознакомление с рекламной передачей в виде предварительного просмотра и ана лиза, активное участие в проведении социологического исследования по заданны м параметрам, участие в обсуждении итогов.
2.	4 балла	Ознакомление с рекламной передачей, активный анализ в ходе проведения исслед ования, не активное участие в обсуждении итогов задания.
3.	3 балла	Ознакомление с рекламной передачей, неполное проведение исследования, пасс ивное присутствие при обсуждении.
4.	2 балла	Фрагментарное ознакомление с рекламной передачей без анализа по заданным ус ловиям, невыполнение социологического исследования.
5	0 баллов	Невыполнение творческого задания, пассивное присутствие на занятии.