

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.09.2023 14:53:00  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e05498ec1c5bb2f5eb89c39abfcd7f47895447



**Образовательное частное учреждение высшего образования**  
**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**  
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**УТВЕРЖДЕНО:**  
Декан факультета журналистики  
\_\_\_\_\_ /Ю.В. Шуйская/  
«22» июня 2023 г

**Рабочая программа учебной дисциплины**  
**Введение в социологию**  
**Укрупненная группа специальностей 42.00.00**  
**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**(уровень бакалавриата)**  
**Направленность/профиль:**  
**«PR технологии и цифровые коммуникации»**  
**Формы обучения: очная, заочная**

**Москва**

**Рабочая программа** учебной дисциплины «Введение в социологию». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. к.ф.н. Шерчалова Е. В. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 33 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

к.ф.н. Шерчалова Е. В.

---

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

---

*(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)*

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «20» июня 2023 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/

(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Стёпкина/

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Введение в социологию» предполагает изучение социологии с точки зрения получения прикладных навыков применительно к области связей с общественностью и включает в себя знакомство с методологией социологии, различными техниками, которые используются как в практической деятельности pr-специалистом, так и при подготовке маркетинговых исследований.

Лекции и практические занятия по курсу ставят *задачу* ознакомить обучающихся с историей, теорией, процедурами и методами социологических исследований в области маркетинговых исследований, по возможности сформировав у будущих pr-специалистов представление о социологическом подходе к изучению социальных явлений, а также познакомить обучающихся с результатами социологических исследований и помочь в практическом освоении основных методов эмпирических исследований, полезных в профессиональной деятельности, научить пользоваться данными социологических исследований.

*Целью* преподавания этого предмета является формирование углубленного, практико-ориентированного представления о социологическом подходе к исследованию общества, социальных систем и процессов, о соотношении и динамике общественных, групповых и индивидуальных интересов, о функционировании общественного мнения и средств массовой коммуникации в современном обществе pr-специалистом.

Из цели курса вытекают задачи, реализация которых в ходе изучения дисциплины позволяет достигнуть поставленной цели.

*Задачи* дисциплины:

- ✓ усвоение обучающимися аппарата основных категорий и методов социологического анализа функций и содержания общественного мнения, технологий, каналов и средств массовых коммуникаций;
- ✓ овладение базовыми навыками сбора и обработки социальной информации, средствами измерения количественной и качественной информации, в том числе статистического анализа, формирования баз данных, интерпретации результатов анализа применительно к профессиональной деятельности pr-специалиста;
- ✓ привитие навыков обеспечения надежности первичной социальной информации;
- ✓ усвоение обучающимися представлений об основных источниках социальной информации в региональном и местном сообществе, о приоритетных проблемах их социального (в широком смысле) развития;
- ✓ формирование понимания проведения современных маркетинговых исследований.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Введение в социологию» направлен на формирование следующих компетенций, которые позволят усваивать теоретический материал учебной дисциплины и реализовывать практические задачи (таблица 2.1) и достигать планируемые результаты обучения по дисциплине.

### КОМПЕТЕНТНОСТНАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2.1.

#### Профессиональные компетенции

Код, наименование профессиональ	Трудовые функции (код, наименование)/уровень (под-	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
---------------------------------	----------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ных компетенций	уровень) квалификации	
<b>ОТФ (код, наименование) / Профессиональный стандарт (код, наименование)</b>		
<b>Тип(ы) задач(и) профессиональной деятельности</b>		
С Управление (менеджмент) информационными ресурсами / 06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам»		
Распространение информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции		
ПК-6	Способен управлять информацией из различных источников С / 02.06	<p><b>ИПК-6.1.1. Знать</b> структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений</p> <p><b>ИПК-6.1.2. Знать</b> внутренние правила согласования и утверждения документов</p> <p><b>ИПК-6.1.3. Знать</b> работу с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p> <p><b>ИПК-6.2.1. Уметь</b> работать с большими объемами информации</p> <p><b>ИПК-6.2.2. Уметь</b> владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p> <p><b>ИПК-6.3.1. Владеть</b> навыками формирования запросов и получение информации от сотрудников организации</p> <p><b>ИПК-6.3.2. Владеть</b> навыками согласования и утверждения информационных материалов</p> <p><b>ИПК-6.3.3. Владеть</b> навыками передачи информационных материалов, замечаний, исправлений между специалистами по информационным ресурсам и сотрудниками других категорий</p> <p><b>ИПК-6.3.4. Владеть</b> навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p><b>ИПК-6.3.5. Владеть</b> навыками общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>

### РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Введение в социологию» входит в формируемую участниками образовательных отношений часть блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

В методическом плане данная дисциплина опирается на знания, которые даются в предшествующих курсах «Введение в специальность», «Политология (включая разделы «СМИ и политика»)», а также дополняет и расширяет знания, полученные в ходе изучения курса «Аналитика и прогнозирование».

Указанные связи и содержание дисциплины «Введение в социологию» дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает соответственный теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения будущей деятельности бакалавра.

#### РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ

(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

Таблица 4.1

#### Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы на очной форме обучения

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль	
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа					
				Лабораторные	Практические/семинарские			
7 семестр								
3	108	10		20		76	2 Зачет	
Всего по дисциплине								
3	108	10		20		76	2	

Таблица 4.2

#### Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы на заочной форме обучения

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
				Лабораторные	Практические/семинарские		

8 семестр								
3	108	2		4			98	4 Зачет
Всего по дисциплине								
3	108	2		4			98	4

### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля**

Таблица 4.3

#### Очная форма обучения

Темы\ разделы(модули)	Контактная работа			Контактная работа по кур.р.	Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа						
		Лаб.р	Прак. /сем.					
Тема 1. Введение в социологию	1		2			10		13
Тема 2. Социология средств массовой информации	1		2			10		13
Тема 3. Маркетинговые исследования	1		2			10		13
Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования	1		2			10		13
Тема 5. Интервью и анкетирование	1		2			10		13

вание в социологии, PR и рекламе								
Тема 6. Метод контент-анализа	1		2			10		13
Тема 7. Социологическое наблюдение	1		2			10		13
Тема 8. Эксперимент как метод социологии	1		2			2		5
Тема 9. Исследования аудитории и общественного мнения	1		2			2		5
Тема 10. Изучение деятельности рг-специалиста	1		2			2		5
Зачет							2	2
Всего часов	10		20			76	2	108

Таблица 4.4

#### Заочная форма обучения

Темы\ разделы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов	
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа						Контактная работа по кур.р.
		Лаб.р	Прак.					
			/сем.					
Тема 1. Введение в социологию	1				10		11	
Тема 2. Социология средств массовой информации	1				10		11	

Тема 3. Маркетинговые исследования	0		0			10		10
Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования	0		0			10		10
Тема 5. Интервью и анкетирование в социологии, PR и рекламе	0		1			10		11
Тема 6. Метод контент-анализа	0		1			10		11
Тема 7. Социологическое наблюдение	0		1			10		11
Тема 8. Эксперимент как метод социологии	0		1			10		11
Тема 9. Исследования аудитории и общественного мнения	0		0			10		10
Тема 10. Изучение деятельности рг-специалиста	0		0			8		8
Зачет							4	4
Всего часов	2		4			98	4	108

Таблица 4.5

**Содержание разделов дисциплины**

<b>Наименование раздела\темы дисциплины</b>	<b>Содержание раздела дисциплины</b>
Тема 1. Введение в социологию	<p>Объект, предмет, функции и структура социологии.</p> <p>Зарождение и история социологии. Исследования 20–30-х гг. в России (Н. Рубакин, М. Гус, А. Кузьмичев).</p> <p>Понятия «массовая коммуникация», «массовая информация», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации», «массмедиа».</p>

<p>Тема 2. Социология средств массовой информации</p>	<p>Социальные функции СМИ и их социологический анализ. Роли журналистики в системе социальных взаимодействий (субъект, средство, объект). Взаимодействие СМИ и общественного мнения.</p> <p>Современные подходы к изучению СМИ в процессах трансформации общества. Журналистика и гражданское общество, становление демократии. Журналистика и ценностные ориентации российского общества.</p>
<p>Тема 3. Маркетинговые исследования</p>	<p>Маркетинговые исследования: история возникновения, развитие. Современные маркетинговые исследования в России и за рубежом. Крупные игроки на рынке маркетинговых исследований.</p> <p>Оценка репрезентативности, надежности и достоверности полученных данных, точная интерпретация информации в зависимости от предмета, задач исследования, выборки и т. п. Культура представления данных социологических исследований (указание на авторство, выборку, задачи и методы исследования, способность отделять свои суждения от выводов авторов исследования и т. д.). Правовые и иные формы регулирования.</p> <p>Использование социологических исследований и методов в становлении издания, программы, повышении их эффективности, расширении аудитории, улучшении экономических условий деятельности, определении своей специфики и поиске информационной «лакуны» в условиях конкуренции, в маркетинге органа информации, выявлении возможностей для рекламодателей. Исследование реальной и потенциальной аудитории и редакционной почты.</p> <p>Принципы сотрудничества pr-специалистов с социологической организацией. Права и обязанности заказчика и исполнителя. Редакционные социологические исследования. Оперативные опросы, репрезентативность, границы выводов.</p> <p>Современные способы хранения информации, банки данных, международные компьютерные сети.</p>
<p>Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования</p>	<p>Типы и виды исследований, этапы и процедуры. Организация социологических исследований.</p> <p>Программа социологического исследования. Структура программы: проблема, объект и предмет исследования, цель и конкретные задачи, определение и интерпретация понятий, гипотезы, содержание и процедуры исследования, выборка, методы исследования, характер ожидаемых результатов, календарный план исследования и его организационные структуры.</p> <p>Значение выборки в социологическом исследовании. Типы выборки: случайная, вероятностная, районированная, гнездовая и т. п. Способы сегментации изучаемой совокупности. Единицы отбора и наблюдений. Критерии оценки выборки: репрезентативность, полнота, надёжность и обоснованность показателей.</p> <p>Формирование гипотез как предположений о фактах и эмпирических связях или принципах функционирования социальных явлений. Верификация гипотез. Виды гипотез: описательные, объяснительные.</p>

	<p>Измерение в социологическом исследовании. Обеспечение надежности информации. Социологический инструментарий. Выбор методов получения социологической информации, адекватных целям, объекту и предмету исследования. Полевые документы. Пилотаж полевых документов. Полевой этап исследования.</p> <p>Обработка и анализ информации. Особенности обработки, составление частотных кодов, классификация, подготовка информации для компьютерной обработки, подготовка таблиц и графиков.</p> <p>Составление отчета или публикации по исследованию. Требования к итоговому документу.</p>
<p>Тема 5. Интервью и анкетирование в социологии, PR и рекламе</p>	<p>Место опроса как метода сбора информации среди других социологических методов.</p> <p>Виды социологических опросов: письменные (анкетирование) и устные (интервьюирование), очные и заочные (почтовые, телефонные, прессывые), массовые и экспертные и т. п. Панельные, повторные опросы. Информация о фактах и мнениях.</p> <p>Анкетирование. Виды анкет. Требования к составлению анкет. Вступление к анкете (легенда). Типы вопросов (открытые, закрытые, полузакрытые, контрольные, проективные и т. п.). Искусство составления анкеты, последовательность вопросов, требования к формулировке вопросов. Паспортичка (социально-демографические данные опрашиваемых). Способы распространения анкет (почтовая, раздаточная, прессовая, интернет-анкета).</p> <p>Применение прессовой анкеты для сбора информации и изучения аудитории. Достоинства и недостатки прессового опроса. Проблемы репрезентативности.</p> <p>Сбор информации. Обработка информации, интерпретация и анализ полученных данных. Использование анкетирования для сбора информации по определенной теме публикации. Представительность информации. Уровень обобщения. Точность интерпретации полученной информации.</p> <p>Виды интервью: стандартизованное, свободное, фокусированное, массовое, экспертное и т. п. Правила формулировки вопросов: ясность, точность, непротиворечивость, доступность пониманию респондента, нейтральность, соответствие нормам морали и этики. Сочетание прямых и косвенных, основных и контрольных вопросов.</p> <p>Внешний вид и поведение интервьюера, учет правил психологии общения с интервьюируемым. Приемы получения объективной информации.</p> <p>Социометрические методики. Современные модификации техники опросов: телефонное интервью, сумматоры мнений, использование компьютерных сетей, аудио- и видеозапись и т. п.</p>
<p>Тема 6. Метод контент-анализа</p>	<p>Качественные и количественные методы анализа документов. Контент-анализ как количественный метод, применяемый к изучению массива однотипных документов.</p>

	<p>Эмпирические категории и признаки. Смысловые единицы наблюдения и измерения. Составление кода для контент-анализа. Репрезентативность отбора изучаемых единиц. Процедуры контент-анализа. Использование специальных программ и компьютеров для счета информации и ее анализа. Контент-анализ в маркетинговых исследованиях.</p>
<p>Тема 7. Социологическое наблюдение</p>	<p>Социологическое наблюдение как метод получения информации путем прямой и непосредственной регистрации событий и условий, в которых они происходят. Виды социологического наблюдения: включенное и невключенное, полевое и лабораторное. Особенности структурированного или контролируемого наблюдения. Программа и цели наблюдения.</p> <p>Организация наблюдения. Полевые документы (план, протокол, дневник, инструкция и т. п.). Методы скрытого наблюдения: организация, этические и правовые стороны. Границы допустимости метода. Способы представления результатов в прессе. Использование метода наблюдения при изучении поведения аудитории, восприятия ею рекламных текстов. Поведение наблюдателя. Обеспечение надежности информации. Проверка ее другими способами.</p>
<p>Тема 8. Эксперимент как метод социологии</p>	<p>Социологический эксперимент как научный метод получения новых знаний в контролируемых и управляемых условиях. Виды экспериментов: натуральный (полевой, лабораторный) и мысленный (построение мысленных моделей). Методы организации эксперимента и получения информации.</p> <p>Эксперимент в рекламной политике издания или рекламной службы: варьирование текстов и оформления рекламы, времени и места ее публикации и т.п.</p>
<p>Тема 9. Исследования аудитории и общественного мнения</p>	<p>Потребности в изучении аудитории и общественного мнения в современных условиях. Использование социологических данных в политической борьбе и идеологических (в частности, предвыборных) кампаниях.</p> <p>Задачи, проблемы, методы изучения аудитории и общественного мнения. Основные аудиторные характеристики и ориентации читателей, слушателей, зрителей.</p> <p>Изучение общественного мнения. Его роль в демократическом обществе. Зондажные исследования. Значение исследований для изучения и формирования общественного мнения.</p> <p>Функционирование социологической информации в системе Интернет.</p>
<p>Тема 10. Изучение деятельности рг-специалиста</p>	<p>Цели изучения деятельности рг-специалиста. Направления, цели и методы изучения взаимоотношений рг-специалиста и управляющих органов, властей, владельцев, издателей, рекламодателей, политических и прочих партий и объединений. Значение в таких исследованиях экспертного опроса.</p> <p>Помощь в процессах саморегуляции редакционного коллектива, подборе кадров, их обучении и повышении квалификации, саморефлексии. Исследование проблем образования.</p>

	<p>Черты социологического портрета современного российского рг-специалиста. Социально-демографические, личностные, профессиональные характеристики. Мотивы выбора профессии. Профессиональные ориентации, представления о функциях и социальных ролях, статусе рг-специалиста, методах работы, этических и психологических проблемах, условиях труда и т. п.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА Для очной формы обучения

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

### Тема 1. Введение в социологию

1. Зарождение социологии.
2. Исследования 20–30-х гг. в России (Н. Рубакин, М. Гус, А. Кузьмичев).
3. Понятия «массовая коммуникация», «массовая информация», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации», «массмедиа».

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

### Тема 2. Социология средств массовой информации

1. Социальные функции СМИ и их социологический анализ.
2. Взаимодействие СМИ и общественного мнения.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

### Тема 3. Маркетинговые исследования

1. Крупные игроки на рынке маркетинговых исследований.
2. Культура представления данных социологических исследований.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

#### Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования

1. Структура программы: проблема, объект и предмет исследования, цель и конкретные задачи, определение и интерпретация понятий, гипотезы, содержание и процедуры исследования, выборка, методы исследования, характер ожидаемых результатов, календарный план исследования и его организационные структуры.

Литература:

Основная:

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

#### Тема 5. Интервью и анкетирование в социологии, PR и рекламе

1. Сбор информации.
2. Обработка информации, интерпретация и анализ полученных данных.
3. Представительность информации.
4. Уровень обобщения.
5. Точность интерпретации полученной информации.

Литература:

Основная:

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

#### Тема 6. Метод контент-анализа

1. Контент-анализ как количественный метод, применяемый к изучению массива однотипных документов: публикаций газет и журналов, любой литературы и любых печатных или устных текстов, передач ТВ, РВ, интернет-информации, рекламы, писем и обращений в редакцию и другие организации, редакционных и внередакционных документов, ответов на открытые вопросы анкеты, интервью и т.п.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

#### Тема 7. Социологическое наблюдение

1. Использование метода наблюдения при изучении поведения аудитории, восприятия ею рекламных текстов.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

#### Тема 8. Эксперимент как метод социологии

1. Эксперимент в рекламной политике издания или рекламной службы: варьирование текстов и оформления рекламы, времени и места ее публикации и т.п.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

#### Тема 9. Исследования аудитории и общественного мнения

1. Основные аудиторные характеристики и ориентации читателей, слушателей, зрителей.
2. Изучение общественного мнения.
3. Зондажные исследования.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

## Тема 10. Изучение деятельности рг-специалиста

1. Черты социологического портрета современного российского рг-специалиста. Социально-демографические, личностные, профессиональные характеристики. Мотивы выбора профессии. Профессиональные ориентации, представления о функциях и социальных ролях, статусе рг-специалиста, методах работы, этических и психологических проблемах, условиях труда и т. п.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

### *для заочной формы обучения*

#### *Семинарские занятия*

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

## Тема 5. Интервью и анкетирование в социологии, PR и рекламе

1. Сбор информации.
2. Обработка информации, интерпретация и анализ полученных данных.
3. Представительность информации.
4. Уровень обобщения.
5. Точность интерпретации полученной информации.

Литература:

Основная:

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

## Тема 6. Метод контент-анализа

1. Контент-анализ как количественный метод, применяемый к изучению массива однотипных документов: публикаций газет и журналов, любой литературы и любых печатных или устных текстов, передач ТВ, РВ, интернет-информации, рекламы, писем и обращений в редакцию и другие организации, редакционных и внередакционных документов, ответов на открытые вопросы анкеты, интервью и т.п.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

#### Тема 7. Социологическое наблюдение

1. Использование метода наблюдения при изучении поведения аудитории, восприятия ею рекламных текстов.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

#### Тема 8. Эксперимент как метод социологии

1. Эксперимент в рекламной политике издания или рекламной службы: варьирование текстов и оформления рекламы, времени и места ее публикации и т.п.

Литература:

Основная:

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

Дополнительная:

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

### РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями п. 7.3 ФГОСВО в целях реализации компетентностного подхода в учебном процессе дисциплины «Аналитика и прогнозирование» предусматривается широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение проблем, выносимых на семинарские занятия, происходит не столько в традиционной форме контроля текущих знаний, сколько в форме дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных вопросов в ходе обобщения ими современной практики мирового и российского медиапространства.

#### **Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных практических занятиях**

*Таблица 5.1*

#### **Очная форма обучения**

<b>Наименование разделов, тем</b>	<b>Используемые</b>	<b>Часы</b>
-----------------------------------	---------------------	-------------

	<b>образовательные технологии</b>	
Тема 1. Введение в социологию	Объект, предмет, функции и структура социологии.	2
Тема 2. Социология средств массовой информации	Социальные функции СМИ и их социологический анализ. Взаимодействие СМИ и общественного мнения.	2
Тема 3. Маркетинговые исследования	Крупные игроки на рынке маркетинговых исследований. Оценка репрезентативности, надежности и достоверности полученных данных, точная интерпретация информации в зависимости от предмета, задач исследования, выборки и т. п. Культура представления данных социологических исследований.	2
Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования	Структура программы: проблема, объект и предмет исследования, цель и конкретные задачи, определение и интерпретация понятий, гипотезы, содержание и процедуры исследования, выборка, методы исследования, характер ожидаемых результатов, календарный план исследования и его организационные структуры.	2
Тема 5. Интервью и анкетирование в социологии, PR и рекламе	Сбор информации. Обработка информации, интерпретация и анализ полученных данных. Уровень обобщения. Точность интерпретации полученной информации.	2
Тема 6. Метод контент-анализа	Контент-анализ как количественный метод, применяемый к изучению массива однотипных документов.	2
Тема 7. Социологическое наблюдение	Использование метода наблюдения при изучении поведения аудитории.	2
Тема 8. Эксперимент как метод социологии	Эксперимент в рекламной политике издания или рекламной службы: варьирование текстов и оформления рекламы, времени и места ее публикации и т.п.	2
Тема 9. Исследования аудитории и общественного мнения	Задачи, проблемы, методы изучения аудитории и обществен-	2

	ного мнения. Основные аудиторные характеристики и ориентации читателей, слушателей, зрителей.	
Тема 10. Изучение деятельности pr-специалиста	Цели изучения деятельности pr-специалиста. Направления, цели и методы изучения взаимоотношений pr-специалиста и управляющих органов, властей, владельцев, издателей, рекламодателей, политических и прочих партий и объединений.	2

Таблица 5.2

### Заочная форма обучения

Наименование разделов/ тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Введение в социологию	Объект, предмет, функции и структура социологии.	1
Тема 2. Социология средств массовой информации	Социальные функции СМИ и их социологический анализ. Взаимодействие СМИ и общественного мнения.	1
Тема 3. Маркетинговые исследования	Крупные игроки на рынке маркетинговых исследований. Оценка репрезентативности, надежности и достоверности полученных данных, точная интерпретация информации в зависимости от предмета, задач исследования, выборки и т. п. Культура представления данных социологических исследований.	1
Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования	Структура программы: проблема, объект и предмет исследования, цель и конкретные задачи, определение и интерпретация понятий, гипотезы, содержание и процедуры исследования, выборка, методы исследования, характер ожидаемых результатов, календарный план исследования и его организационные структуры.	1
Тема 5. Интервью и анкетирование в социологии, PR и рекламе	Сбор информации. Обработка информации, интерпретация и анализ полученных данных. Уровень обобщения. Точность интерпретации полученной информации.	1

Тема 6. Метод контент-анализа	Контент-анализ как количественный метод, применяемый к изучению массива однотипных документов.	1
Тема 7. Социологическое наблюдение	Использование метода наблюдения при изучении поведения аудитории.	1
Тема 8. Эксперимент как метод социологии	Эксперимент в рекламной политике издания или рекламной службы: варьирование текстов и оформления рекламы, времени и места ее публикации и т.п.	1
Тема 9. Исследования аудитории и общественного мнения	Задачи, проблемы, методы изучения аудитории и общественного мнения. Основные аудиторные характеристики и ориентации читателей, слушателей, зрителей.	1
Тема 10. Изучение деятельности рг-специалиста	Цели изучения деятельности рг-специалиста. Направления, цели и методы изучения взаимоотношений рг-специалиста и управляющих органов, властей, владельцев, издателей, рекламодателей, политических и прочих партий и объединений.	1

## РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наряду с чтением лекций и проведением занятия семинарского типа неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа обучающихся включает: изучение основных и дополнительных литературных источников, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование, написания эссе.

Таблица 6.1

#### Самостоятельная работа

Наименование разделов/ тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Тема 1. Введение в социологию	1. Предмет и объект социологии. 2. Обзор основных социологических теорий СМИ теорий массовой коммуникации.
Тема 2. Социология средств массовой информации	1. Направления функционирования СМИ. 2. Характеристики социологического подхода к процессу функционирования СМИ.
Тема 3. Маркетинговые исследования	1. Результаты маркетингового исследования, размещенного в открытом доступе. 2. Анализ данных социологических исследований.

Наименование разделов/ тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования	1. Понятие социального исследования и его виды. 2. Структура программы исследования. 3. Выборка как основа репрезентативности. Средства и приемы контроля и обеспечения надежности. 4. Пилотажное исследование.
Тема 5. Интервью и анкетирование в социологии, PR и рекламе	1. Количественные и качественные методы – их различия, виды, «плюсы» и «минусы» их применения в исследовании. 2. Контент-анализ и дискурс-анализ – сферы применения в деятельности pr-специалиста. 3. Опрос как наиболее распространенный метод в социологическом исследовании. 4. Наблюдение как метод социологии – возможности и ограничения.
Тема 6. Метод контент-анализа	1. Б.А. Грушин об основных свойствах современного сознания масс. 2. Свойства современного сознания россиян. 3. Структурные направления исследования массового сознания. 4. Характеристики аудитории как объекта изучения.
Тема 7. Социологическое наблюдение	1. Понятие «общественное мнение» в социологии. 2. Объект и субъект общественного мнения. 3. Закономерности формирования и функционирования общественного мнения. 4. Общественное мнение в жизни общества и необходимость его изучения. Методы изучения общественного мнения.
Тема 8. Эксперимент как метод социологии	1. Мотивация выбора СМК.
Тема 9. Исследования аудитории и общественного мнения	1. Представления аудитории о задачах СМК. 2. Потребности и интересы аудитории.
Тема 10. Изучение деятельности pr-специалиста	Социально-политические и демографические особенности разных типов аудитории: пол, возраст, образование, место жительства, политические убеждения и др. 2. Типологические группы аудитории (гармоничный, общественный, культурный, любительский, домашний, неустроенный, пассивный).

### 6.1. Темы эссе<sup>1</sup>

1. Определение понятия «общественное мнение».
2. Свойства и направления исследования массового сознания.
3. Социология массовых коммуникаций в мире и в России.
4. Программа социального исследования.
5. Основные виды и функции социальных исследований.
6. Опрос как метод сбора социальной информации.
7. Наблюдение как метод сбора социальной информации.
8. Анализ документов как метод сбора социальной информации.

<sup>1</sup> Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

9. Количественные и качественные методы сбора информации.
10. Методы анализа социальной информации.
11. Аудитория как потребитель информации.
12. Коммодификация средств массовой коммуникации.
13. Факторы надежности социальной информации и возможности ее обеспечения.

## **6.2. Примерные задания для самостоятельной работы**

1. Как соотносятся Введение в социологию и социология массовой коммуникации?
2. Какие пражурналистские явления становились предметом научной рефлексии?
3. Назовите основных представителей первого этапа изучения массовых коммуникации (20–30-е годы XX века) и кратко охарактеризуйте их теории.
4. Назовите основных представителей второго этапа изучения массовых коммуникации (30–70-е годы XX века) и кратко охарактеризуйте их теории.
5. Назовите основных представителей третьего этапа изучения массовых коммуникации (70–90-е годы XX века) и кратко охарактеризуйте их теории.
6. Какова специфика развития социологии журналистики в России?
7. Расшифруйте понятия «коммуникатор», «информатор», «медиатор», «реципиент» в контексте информационных отношений.
8. Что такое целевая, потенциальная, реальная аудитория?
9. Что является объективной основой информационных потребностей аудитории?
10. Перечислите основные субъективные и объективные характеристики аудитории. В чем их отличие?
11. Какие цели преследует рг-специалист, изучая аудиторию?
12. В чем отличие количественных и качественных методов социологического изучения аудитории? Назовите и охарактеризуйте те и другие.
13. Какие типы выборок вам известны? В чем их различия?
14. Разработайте и предложите свой вариант опросной анкеты – инструментария социологического исследования по теме «Студенческая аудитория СМИ в Москве».
15. Какими методами проводится социологическое изучение текстов масс-медиа?
16. Какие существуют разновидности контент-анализа? Что такое интен-анализ, экспертное чтение?
17. Расшифруйте понятия «категория анализа», «единица анализа», «единица-признак», «единица-фрагмент», «единица контекста».
18. Как вы понимаете термины «социологическое мышление» и «социологическое воображение»?
19. В чем особенности социологического этюда как формы произведения?
20. Каковы основные требования к публикации социологических материалов в СМИ? Как оценить надежность, достоверность, объективность результатов?
21. Назовите основные источники и каналы распространения социологической информации.
22. Понятие и признаки социологической культуры рг-специалиста.
23. Социологическая культура как важный элемент профессиональной культуры рг-специалиста.
24. Роль социологического знания при определении концепции издания.

## **РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**7.1.** В процессе освоения учебной дисциплины «Введение в социологию» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

Таблица 7.1

**ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ**

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы/ средства контроля
<b>ПК-6. Способен управлять информацией из различных источников</b>			
<p><b>ИПК-6.1.1. Знать</b> структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений</p> <p><b>ИПК-6.1.2. Знать</b> внутренние правила согласования и утверждения документов</p> <p><b>ИПК-6.1.3. Знать</b> работу с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>	<p>Тема 1. Введение в социологию</p> <p>Тема 2. Социология средств массовой информации</p> <p>Тема 3. Маркетинговые исследования</p> <p>Тема 9. Исследования аудитории и общественного мнения</p> <p>Тема 10. Изучение деятельности рг-специалиста</p>	<p>Социология как наука: определение, история.</p> <p>Предмет и задачи социологии.</p> <p>Основные парадигмы функционирования массовых коммуникаций.</p> <p>Современные теории СМИ</p> <p>Процедуры и этапы социологических исследований.</p> <p>Выборка в социологии.</p>	<p>Написание эссе (тема 1-7)</p> <p>Устный опрос (темы 1-3, 9, 10)</p>
<p><b>ИПК-6.2.1. Уметь</b> работать с большими объемами информации</p> <p><b>ИПК-6.2.2. Уметь</b> владеть программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>	<p>Тема 3. Маркетинговые исследования</p> <p>Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования</p> <p>Тема 6. Метод контент-анализа</p> <p>Тема 7. Социологическое наблюдение</p>	<p>Социология как наука: определение, история.</p> <p>Современные теории СМИ</p> <p>Выборка в социологии.</p> <p>Метод контент-анализа.</p> <p>История аудиторных исследований.</p> <p>Социологическая информация в арсенале рг-специалиста.</p> <p>Публикация об итогах социологических исследований в СМИ.</p> <p>Зондажные и следования</p> <p>Социологические центры и издания.</p>	<p>Тестирование (задания 1-9)</p> <p>Устный опрос (темы 3, 4, 6, 7)</p>

<p><b>ИПК-6.3.1. Владеть</b> навыками формирования запросов и получение информации от сотрудников организации</p> <p><b>ИПК-6.3.2. Владеть</b> навыками согласования и утверждения информационных материалов</p> <p><b>ИПК-6.3.3. Владеть</b> навыками передачи информационных материалов, замечаний, исправлений между специалистами по информационным ресурсам и сотрудниками других категорий</p> <p><b>ИПК-6.3.4. Владеть</b> навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p><b>ИПК-6.3.5. Владеть</b> навыками общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>	<p>Тема 3. Маркетинговые исследования</p> <p>Тема 4. Процедуры и этапы социологического исследования</p> <p>Тема 5. Интервью и анкетирование в социологии, PR и рекламе</p> <p>Тема 6. Метод контент-анализа</p> <p>Тема 7. Социологическое наблюдение</p> <p>Тема 10. Изучение деятельности рг-специалиста</p>	<p>Предмет и задачи социологии.</p> <p>Интервью в социологии.</p> <p>Типы анкет.</p> <p>Структура опросника.</p> <p>Типы вопросов в анкетировании и интервью.</p> <p>Социологическое наблюдение.</p> <p>Эксперимент как метод социологии и рекламы.</p> <p>Социологическая информация в арсенале рг-специалиста.</p> <p>Черты социологического мышления.</p> <p>Центры изучения общественного мнения в России.</p> <p>Маркетинговые исследования: история возникновения, развитие.</p>	<p>Устный опрос (темы 3-7, 10)</p> <p>Написание эссе (темы 2-6)</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

## 7.2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

1. Социология как наука: определение, история.
2. Предмет и задачи социологии.
3. Основные парадигмы функционирования массовых коммуникаций.
4. Современные теории СМИ
5. Процедуры и этапы социологических исследований.
6. Выборка в социологии.
7. Репрезентативные выборки.

- 8 Нерепрезентативные выборки в социологии.
- 9 Интервью в социологии.
- 10 Типы анкет.
- 11 Структура опросника.
- 12 Типы вопросов в анкетировании и интервью.
- 13 Анализ документов в социологии.
- 14 Метод контент-анализа.
- 15 Социологическое наблюдение.
- 16 Эксперимент как метод социологии и рекламы.
- 17 Направления исследований аудитории.
- 18 История аудиторных исследований.
- 19 Социологическая информация в арсенале pr-специалиста.
- 20 Публикация об итогах социологических исследований в СМИ.
- 21 Черты социологического мышления.
- 22 Центры изучения общественного мнения в России. Медиатрические службы.
- 23 Исследования общественного мнения.
- 24 Маркетинговые исследования: история возникновения, развитие.
- 25 Социологический эксперимент
- 26 Зондажные исследования
- 27 Социологические центры и издания.

### 7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний<sup>2</sup>

1. Основатель социологии Огюст Конт разработал научное направление, получившее название (выберете один правильный ответ, индекс которого вынести за скобку, поставить после двоеточия):

- а) феноменология
- б) функционализм
- в) теория конфликта
- г) этнометодология
- д) позитивизм
- е) метафизика

2. Расположите предметы научного изучения по их принадлежности к научному направлению в социологии, расставив цифровые индикаторы подсказок в нужные ячейки:

Социальная статика изучает:	
Социальная динамика изучает:	

<sup>2</sup>Рубежный контроль знаний проводится для обучающихся очной формы обучения и оценивается по шкале «зачет»\»незачет»

1 становление общества 2 функционирование социума 3 социальную структуру общества (общество как целостную систему, социальные институты, структуры, социальные общности и группы, их строение и морфологию) 4 организацию и самоорганизацию социума 5 социальные действия, способы их реализации 6 развитие, то есть изменение общества во времени 7 взаимодействие, взаимосвязь, взаимоотношения 8 закономерности (общие и специфические) 9 социальные процессы и ситуации 10 общественное сознание, мотивы, мнения и оценки 11 культурный и социальный контекст, условия существования

3. Питирим Александрович Сорокин (отметьте правильный ответ, индекс вынести за скобку, поставить после двоеточия):

- а) российский социолог,
- б) советский социолог,
- в) советско-американский социолог,
- г) российско-американский социолог

4. П.А. Сорокин выделил шесть разделов социологии, каждому из которых присущи специфические предметы (направления) исследований (восстановите соответствия, проставив индексы подсказок, приведенных в нижней строке таблицы, в нужные ячейки):

Разделы социологии (по Сорокину)	Направления исследования (по Сорокину)
Общее учение об обществе:	
Социальная механика:	
Социальная генетика:	
Социальная политика – практическая:	
Общая социология	
Специальная социология	

1 формулирует основных социальных законов 2 исследует закономерности социальных явлений 3 формулирует статистические законы общества 4 учение о происхождении и развитии общества, его институтов: хозяйства, языка, семьи, религии, права, искусства 5 дает определение общества, 6 разрабатывает теорию структуры и динамики социокультурных явлений, изучаемых в их родовых и повторяющихся аспектах и отношениях 7 проводит анализ процессов взаимодействия 8 формулирует установки и средства, пользуясь которыми можно достичь цели улучшения жизни общества и человека, то есть социальная медицина, или учение о счастье 9 изучает историю социологии и современных социологических учений 10 разрабатывает теорию о свойствах, отношениях и закономерностях социокультурных явлений.

5. Введение в социологию – это (отметьте не более двух правильных ответов, индексы которых вынести за скобку, поставить после двоеточия):

- а) эмпирическая социология, б) прикладная социология, в) специальная социология, г) теоретическая социология, д) отраслевая социология, е) процедурная социология

6. Термин «теория среднего уровня» ввел в социологию (найдите один правильный ответ):

- а) Р. Дарендорф
- б) П.А. Сорокин

- в) И.М. Дзялошинский
- г) Р. Мертон
- д) Э. Гидденс

7. Введение в социологию изучает присущими ей социологическими методами следующие параметры журналистики (найти несоответствия, индексы которых вынести за скобку, поставить после двоеточия):

- 1) субъектов функционирования СМИ в обществе
  - 2) практику хозяйственной деятельности и финансирования СМИ
  - 3) деятельность субъектов функционирования СМИ в обществе
  - 4) развитие материально-технической базы СМИ
  - 5) взаимоотношения журналистов с другими участниками информационного процесса
  - 6) условия функционирования социальных субъектов
- 8 Социологию журналистики как учебную дисциплину мы относим: (найти правильный ответ):
- а) к макросоциологии
  - б) к теориям среднего уровня
  - в) к микросоциологии

9. Предмет изучения социальной статистики (индексы несоответствующих подсказок вынести за скобку, поставить после двоеточия):

- а) коммуникативные особенности личности;
- б) взаимодействие, взаимосвязь, взаимоотношения;
- в) социальные процессы и ситуации;
- г) рефлексия социального факта журналистом.

10. Субъекты функционирования журналистики в обществе (отметьте один правильный ответ, индекс которого вынести за скобку, поставить после двоеточия):

- исполнительная власть;
- СМИ;
- законодательная власть;
- правоохранительные органы;
- общественные журналистские организации (творческие союзы журналистов; профсоюзы журналистов; правозащитные организации журналистов).

#### **7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания**

##### **7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации**

При оценке знаний учитывается уровень сформированных компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

*Таблица 7.4.1.1*

##### **Шкала оценивания на зачете**

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Обучающийся должен:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;</li> <li>- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;</li> <li>- правильно формулировать определения;</li> <li>- продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;</li> <li>- уметь сделать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Хорошо	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;</li> <li>- продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;</li> <li>- продемонстрировать умение ориентироваться в литературе;</li> <li>- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Удовлетворительно	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Неудовлетворительно	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

Таблица 7.4.1.2

### Шкала оценивания на рубежном контроле

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

### 7.4.2. Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.

2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

### Шкала оценивания эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

### 7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4.3

#### Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

### 7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

*Качество знаний* характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

*Умения*, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающийся проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в

процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

**Навыки**— это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, способность обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

**Устный опрос** - это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

**Тесты** являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

**Семинарские занятия** - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

**Практические занятия** –основная функция практических занятий – это проверить навык сбора, анализа, переработки и пересказа материала. На практических занятиях обучающимся предлагается продемонстрировать свои ораторские, а также аналитические навыки. В ходе занятия обучающиеся работают индивидуально, в паре, в мини-группах, а также слушают выступления других обучающихся и комментируют. Практические занятия предполагают формат «круглого стола», в рамках которого преподаватель является ведущим, модератором беседы, но не руководителем и единственным спикером.

**Лабораторные занятия** — это форма занятия, основное назначение которого – проверить умение обучающегося анализировать предложенные материалы (новостного, аналитического, развлекательного и др. характера). Материалы предоставляются обучающимся за неделю до проведения лабораторного занятия. Однако обучающийся самостоятельно может находить и предлагать группе материалы для анализа.

## РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Методические рекомендации по написанию эссе

*Эссе* (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### 8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

*Кейс-метод (Case study)* – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### 8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта

(анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);

- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

## **РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### ***Основная литература<sup>3</sup>***

Давыдов С.А. Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Давыдов С.А. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81052.html>.

Социология социальных изменений и социального порядка [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Д. Невирко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 200 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/84133.html>.

### ***Дополнительная литература<sup>4</sup>***

Словарь-справочник по социологии [Электронный ресурс]/ А.А. Акмалова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85443.html>.

## **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

### ***Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы***

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

---

<sup>3</sup> Из ЭБС университета

<sup>4</sup> Из ЭБС университета

## **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

## **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

### ***Программное обеспечение отечественного производства:***

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

#### **РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

<b>Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения	Специализированная учебная мебель: комплект специальной учебной мебели Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории: доска аудиторная маркерная компьютер, проектор, экран, наборы демонстрационного оборудования
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета Принтер Комплект специальной учебной мебели
Лаборатория	Лабораторное оборудование в зависимости от степени его сложности: Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета Принтер Комплект специальной учебной мебели

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).