

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ
Декан социально-гуманитарного
факультета


Якунина Ю.Е.

« 04 » апреля 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(с изменениями и дополнениями от 2017 г.)

Б1.В.ОД.10 «Социология общественного мнения»

Направление подготовки

39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки

«Социология маркетинга и рекламы»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Магадан, 2018 г.

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социологии и философии, протокол от «22» сентября 2017 г. № 1.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины «Социология общественного мнения» является формирование представлений о закономерностях функционирования и динамики общественного мнения на базе теоретических, прикладных и инструментальных компонентов науки и требований Государственного образовательного стандарта.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Социология общественного мнения» относится к профессиональному циклу базовых дисциплин. Данная дисциплина логически связана с отраслевыми социологическими теориями, а именно социологией коммуникаций, социологией культуры, социолингвистикой и пр., а также рядом прикладных социологических дисциплин, таких как методология и методы социологических исследований, практикум по социологии, теория измерения в социологии и пр. Для усвоения дисциплины «Социология общественного мнения» студент должен освоить такие курсы, как «Методология и методы социологических исследований», «История социологии» и «Основы социологии».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения дисциплины студент должен:

- *Знать*: основное содержание теоретических вопросов, раскрывающих сущность и природу общественного мнения, а также основные аспекты его теоретического анализа: общественное мнение как система, общественное мнение как социальный институт, общественное мнение как деятельность социальных субъектов и пр.

- *Уметь*: использовать полученные теоретические знания для компетентного анализа общественного мнения, выявления значимых связей и закономерностей в его функционировании и развитии

- *Владеть навыками*: использования полученного багажа знаний и методов для проведения конкретных эмпирических исследований общественного мнения.

Дисциплина «Социология общественного мнения» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 39.03.01 «Социология» (бакалавриат), профилю «Социология маркетинга и рекламы»

а) общепрофессиональные (ОПК):

- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы с беспристрастностью и научной объективностью (ОПК-3);

- способность использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач (ОПК-4);

б) профессиональные (ПК):

- способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб (ПК-5);

- способность использовать базовые теоретические знания, практические навыки и умения для участия в научных и научно-прикладных исследованиях, аналитической деятельности (ПК-7);

- способность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук в аналитической работе, консультировании и экспертизе в рамках производственно-прикладной деятельности (ПК-10);

- способность использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп (ПК-11);

– способность разрабатывать основанные на результатах проведенных исследований предложения и рекомендации по решению социальных проблем, по согласованию с заказчиком (ПК-12).

4. Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, всего 180 часов, из них: 72 ч. - аудиторных и 72 ч. - самостоятельная работа студента.

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине «Социология общественного мнения» включает в себя занятия лекционного типа и семинарские занятия.

Объем (в часах) контактной работы занятий лекционного типа, семинарского типа (практические занятия) определяется расчетом аудиторной учебной нагрузки по данной дисциплине и составляет 72 часа.

Контактная работа при проведении промежуточной аттестации включает в себя индивидуальную сдачу экзамена.

Объем (в часах) для индивидуальной сдачи экзамена определяется нормами времени для расчета объема учебной нагрузки, выполняемой профессорско-преподавательским составом, и составляет 0,5 час на одного обучающегося.

Объем (в часах) контактной работы на руководство, консультацию и защиту курсовой работы определяется нормами времени для расчета объема учебной нагрузки, выполняемой профессорско-преподавательским составом, и составляет 4 часа на одного обучающегося.

Виды учебной работы: лекции, семинарские занятия.

Формы промежуточного контроля по семестрам: в 6-м семестре – курсовая работа, экзамен.

4.1 Структура и содержание дисциплины

Таблица 1.

Наименование модулей, разделов, тем (для двух и многосеместровых дисциплин – распределение по семестрам)	Количество часов				Общая трудоемкость с учетом зачетов и экзаменов (час/кредит)
	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	
	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6
VI-ой семестр	36	36		72	180/5
Первый модуль: Общественное мнение как социологическая проблема.	14	12		22	
Тема 1: Основные понятия социологической теории изучения общественного мнения.	2			2	
Тема 2: История изучения общественного мнения.	2			2	
Тема 3: История изучения		4		2	

общественного мнения в России.					
Тема 4: Общественное мнение: природа и сущность.	2			2	
Тема 5: Общественное мнение в исторической ретроспективе.		2		2	
Тема 6: Общественное мнение как социальный институт.	2			2	
Тема 7: Деятельностный подход к анализу общественного мнения.	2			2	
Тема 8: Общественное мнение: гносеологический анализ.	2	4		2	
Тема 9: Общественное мнение и идеология.		2		4	
Тема 10. Социально-психологические механизмы производства и распространения общественного мнения.	2			4	
Второй модуль: Общественное мнение как социальная система.	12	12		20	
Тема 11: Объект и субъект общественного мнения.	4	2		4	
Тема 12: Динамическая структура общественного мнения. Общественное мнение как процесс.	4	2		6	
Тема 13: Общественное мнение как коммуникативное явление.	4			4	
Тема 14: Каналы выражения общественного мнения.		4		4	
Тема 15: Методы и формы целенаправленного воздействия на общественное мнение.		4		4	
Третий модуль: Проблемы изучения общественного мнения.	10	12		30	
Тема 16: Институты изучения общественного мнения.	2	2		4	
Тема 17: Методические вопросы изучения общественного мнения в современной социологии.	2	2		6	
Тема 18: Методы изучения общественного мнения.	2	4		4	
Тема 19: Показатели измерения общественного мнения.	2	2		6	

Тема 20: Организация исследования общественного мнения	2	2		10	
ВСЕГО по учебному плану: аудиторные+сам. работа+курсовая работа+экзамен	36	36		72	180/5

Таблица 2.

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание раздела, темы
Тема 1. Основные понятия социологической теории изучения общественного мнения.	Предмет и объект изучения СПИОМ, общественное мнение как социологический и психологический феномен, место СПИОМ в системе социально-гуманитарного знания. Общественное сознание, массовое сознание, коллективное сознание, Общественность как социальное явление: понятие, структура, функции. Виды общественности. Индивидуальное, коллективное, общественное мнение. Основные дефиниции общественного мнения: психологические, этические, реляционистские. Гносеологический и социологический подход к пониманию общественного мнения.
Тема 2. История изучения общественного мнения.	Анализ понятия общественное мнение в философии Древней Греции и Рима. Общественное мнение как фактор жизнедеятельности общества в трудах европейских мыслителей Нового времени. Период «онаучивания» термина «общественное мнение» (17-19 вв.). Общественное мнение как фактор нравственного, воспитательного и политического процесса (А. де Токвиль, В. М. Хворостовский, М. М. Ковалевский). Познание общественного мнения как социального явления. Психологическое направление в разработке теории общественного мнения (Г. Тард, Г. Лебон, В.Ф. Теннис, Дж. Кули, Ч. Кули). Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения (В. Липпман, К. Юнг, И. Фишман). Антропологический подход к феномену общественное мнение (М. Мид). Основные социологические концепции общественного мнения: структурно-функциональная теория (Р. Мертон), нормативная теория (Ю. Хабермас), динамическая теория (П. Лазарсфельд, Э. Ноэль-Нойман). Отечественная традиция изучения общественного мнения: Грушин, Карабейников, Горшков, Мансуров и т.д.
Тема 3. История изучения общественного мнения в России.	Факторы и условия развития проблематики общественного мнения в России в конце 19 – начала 20 века. Формирование первых социологических служб изучения общественного мнения. Тенденции развития социологии общественного мнения в России на современном этапе. Основные представители, внесшие значимый вклад в становление и развитие социологической проблематики общественного мнения. Особенность отечественной трактовки общественного мнения по сравнению с той, которую дает западная наука.

Тема 4. Общественное мнение: природа и сущность.	Условия формирования и свойства общественного мнения: актуальность проблемы, дискуссионность, доступность информации, публичность, контекстуальность, устойчивость, внутренняя противоречивость и несбалансированность, основные дилеммы общественного мнения: гомогенность или гетерогенность, элитарность или массовость, плюрализм или монизм и т.д. Общественное мнение как процесс выработки суждений, общественное мнение как моральный императив, общественное мнение как институт социального контроля.
Тема 5. Общественное мнение в исторической ретроспективе.	Основные подходы к генезису общественного мнения как социального феномена. Основные отличительные черты общественного мнения Нового и Новейшего времени. Идея П. Бурдьё о том, что общественного мнения не существует. Процесс институционализации общественного мнения на современном этапе. Особенности динамики общественного мнения в России. Общественное мнение в советском обществе.
Тема 6. Общественное мнение как социальный институт.	Уровни функционирования и масштабы распространения общественного мнения. Общественное мнение в социокультурной системе современного общества. Характеристика функций общественного мнения в современном обществе. Традиционные подходы к их типологизации. Институциональные и неинституциональные функции. Классические функции общественного мнения по объекту функционирования, критерию направленности и характеру влияния на социальную систему. Проблема их систематизации. Условия реализации функций общественного мнения. Место общественного мнения в Российской политической системе. Общественное мнение как фактор модернизации России. Общественное мнение как фактор включения России в глобальную социальную систему.
Тема 7. Деятельностный подход к анализу общественного мнения.	Анализ групповых и индивидуальных субъектов деятельности, их интересы в интерпретации деятельностного подхода в социологии общественного мнения. Практика как социологический конструкт П. Бурдьё. Потребности, ценности, интересы как движущие силы процесса формирования общественного мнения. Возможности и перспективы применения деятельностного подхода в изучении общественного мнения. Производство политического события: спрос и предложение общественного мнения. Спрос и предложение общественного мнения. Общественное мнение и группы лоббирования. Общественное мнение и экстремистские организации. Манифестация: производство политического события. Журналистика как субъект поля политики. Формы и механизмы воздействия власти на общественное мнение.
Тема 8. Общественное мнение: гносеологический	Гносеологический подход к анализу общественного мнения. Основные формы общественного сознания и их роль в

анализ.		формировании общественного мнения. Соответствие мнения потребностям и интересам общества. Современные формы выражения общественного мнения. Роль ценностей в формулировке суждений и производстве мнений. Проблема компетентности общественного мнения.
Тема 9. Общественное мнение и идеология.		Роль общественно-политических ориентаций общества в формировании общественного мнения. Основные виды и типы идеологических систем. Роль идеологии в функционировании общественного мнения в современной России. Общее и особенное в идеологическом процессе в России и за рубежом. Место и роль идеологии в массовизации индивидуального и массофикации группового сознания. «Повседневные идеологии».
Тема 10. Социально-психологические механизмы производства и распространения общественного мнения.		Конформизм, его формы и проявление. Социальная и культурная обусловленность конформизма. Конформизм и общественное мнение. Типология социального характера и общественного мнения. Типологии Фромма, Рисмена, Маркузе, Уайта. Технократизм как форма противостояния общественному мнению. Общественное мнение и проблема внушаемости: массовая культура и ее роль в формировании общественного мнения. Дихотомия массового и элитарного.
Тема 11. Объект и субъект общественного мнения.		Понятие субъекта общественного мнения. Дифференциация подходов в его определении. Социальные группы, классы, народы как субъекты общественного мнения. Общественное мнение как активно действующий субъект социального управления. Объект общественного мнения, его основные характеристики. Типология объектов общественного мнения: по степени сложности, по характеру возникновения, по направленности, Проблема соотношения объекта и субъекта общественного мнения. Элитарный и интегративный подход.
Тема 12. Динамическая структура общественного мнения. Общественное мнение как процесс.		Четыре стадии в существовании общественного мнения: возникновение, формирование, функционирование и затухание. Типы изменения в общественном мнении: изменения институциональные, структурные, содержательные, формальные. Различные представления о динамике общественного мнения: общественное мнение как однолинейный процесс, формирование мнения и мнение сформировавшееся. Циклические концепции общественного мнения, концепция двухступенчатой коммуникации П. Лазарсфельда, концепция «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Способы формирования общественного мнения: стихийный и целенаправленный. Модель целенаправленного воздействия на общественное мнение Дж. Цаллера. Взаимосвязь объективных и субъективных факторов эволюции общественного мнения. Эмоциональный, рациональный, волевой компонент общественного мнения.
Тема 13. Общественное мнение как коммуникативное явление.		Понятие коммуникации как средства выражения общественного мнения. Основные средства коммуникативного взаимодействия: знаки, символы и действия. Язык как знаковая система и средство типизации

		опыта. Основные свойства языка: интерсубъективность, способность к интеграции нового знания и типизации, способность транслировать информацию и определять «смысловые» зоны. Язык общественного мнения, его характеристика: упрощенность, стандартизация и предзаданность основных языковых форм. Стереотип как главный компонент языка общественного мнения в теории Липмана, «комплексы» общественного мнения Ю. Левады. Основные типы высказываний: оценивающее, обосновывающее, аналитическое, экзистенциальное, суждение-определение, конструктивное суждение. Коммуникативные помехи в процессе формирования общественного мнения.
Тема 14. Каналы выражения общественного мнения.	Каналы	Влияние опросов на состояние общественного мнения. СМИ как институциональный канал выражения общественного мнения. Молва, слухи и сплетни как стихийные способы трансляции общественного мнения. Роль слухов в современном российском обществе. Рост манифестаций в современном обществе. Политические выборы как форма выражения общественного мнения. Нетрадиционные формы выражения общественного мнения.
Тема 15. Методы и формы целенаправленного воздействия на общественное мнение.		Основные критерии эффективности пропаганды. Объективные и субъективные факторы, влияющие на достижение целей пропаганды. Специфика манипуляции как метода целенаправленного воздействия на общественное мнение. Роль манипулятивных практик в современном обществе. PR как искусство и наука управления общественными отношениями. Функции PR в контексте взаимодействия с общественностью. Основные задачи маркетинга. Отличие маркетинга от других форм коммуникативных технологий – рекламы, PR и пр. Основные манипулятивные приемы в рекламе, их эффективность.
Тема 16. Институты изучения общественного мнения.		Институт изучения общественного мнения Дж. Гэллапа и его достижения. Современные исследовательские центры в России и за рубежом. Основные направления исследований российских социологических центров по изучению общественного мнения.
Тема 17. Методические вопросы изучения общественного мнения в современной социологии.		Трудности операционального определения общественного мнения. Проблема верификации эмпирических данных. Синтетический подход к анализу общественного мнения и его роль в изучении массовых оценочных суждений. Принципы построения выборки в социологическом исследовании.
Тема 18. Методы изучения общественного мнения.		Основные методы изучения общественного мнения. Достоинства и недостатки анкетного опроса как метода социологического исследования. Метод наблюдения в контексте изучения общественного мнения. Рост значимости качественных методов в социологических исследованиях. Разновидности исследований общественного мнения.
Тема 19. Показатели измерения общественного		Основные принципы измерения общественного мнения. Суть измерения как одного из компонентов

мнения.		социологического исследования. Основные свойства и показатели общественного мнения, на которых фокусируется социологический анализ. Интенсивность как комплексное свойство общественного мнения. Общие и процессуальные показатели общественного мнения.
Тема 20. Организация исследования общественного мнения.		Организационные аспекты изучения общественного мнения. Роль банка данных в структурировании и определении основных тенденций функционирования общественного мнения. Процедура нормирования общественного мнения. Использование результатов исследования общественного мнения в процессе социального управления. Основные проблемы изучения общественного мнения в условиях развития современного российского общества.

5. Образовательные технологии

Наименование тем	Образовательные технологии, используемые в рамках учебных занятий	Формируемые компетенции
Тема 4. Общественное мнение: природа и сущность.	Технологии развития критического мышления	ОПК-3, ОПК-4
Тема 5. Общественное мнение в исторической ретроспективе.	Групповая дискуссия	ОПК-3
Тема 7. Деятельностный подход к анализу общественного мнения.	Технологии проблемного обучения	ПК-7, ПК-11
Тема 9. Общественное мнение и идеология.	Технологии проблемного обучения	ПК-7, ПК-11
Тема 10. Социально-психологические механизмы производства и распространения общественного мнения.	Технологии проектного обучения	ПК-5, ПК-10, ПК-12
Тема 17. Методические вопросы изучения общественного мнения в современной социологии.	Технологии проектного обучения	ПК-5, ПК-7, ПК-10
Тема 19. Показатели измерения общественного мнения.	Технологии проектного обучения	ПК-5, ПК-7, ПК-10
Тема 20. Организация исследования общественного мнения.	Технологии проектного обучения	ПК-5, ПК-7, ПК-10, ПК-11, ПК-12

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

- 1) Общественное мнение как социальное явление и предмет научного познания. Структура общественного мнения.
- 2) Понятие общественное мнение. Субъект и объект общественного мнения. Функции общественного мнения.
- 3) Общественное мнение в первобытном обществе и средневековье.
- 4) Общественное мнение в новое и новейшее время.

- 5) Особенности формирования общественного мнения в России.
- 6) Институты общественного мнения в России.
- 7) Институты изучения общественного мнения Гэллапа и Харриса.
- 8) Институт Демоскопии: структура и методика.
- 9) Организация исследования общественного мнения в США, Германии, Франции.
- 10) Общественное мнение и политическая система.
- 11) Формирование общественного мнения организациями гражданского общества.
- 12) Общественное мнение и власть.
- 13) Особенности проведения электоральных исследований.
- 14) Спрос и предложение общественного мнения.
- 15) Массовое сознание и общественное мнение.
- 16) Социально- психологические механизмы производства и распространения общественного мнения.
- 17) Слухи как социальный феномен и орудие формирования общественного мнения. Классификация слухов.
- 18) Массовая коммуникация и общественное мнение.
- 19) Механизмы влияния и манипулирования общественным мнением.
- 20) Реклама как фактор воздействия на общественное мнение.
- 21) Архетипы массового российского сознания.
- 22) Избирательные технологии и общественное мнение.
- 23) Понятие сущность и особенности паблик рилейшнз.
- 24) Специфика и особенности организационных аспектов изучения общественного мнения. Организация мониторинга общественного мнения.
- 25) Методические проблемы изучения общественного мнения в современной социологии.
- 26) Роль и функции общественного мнения в российском обществе.
- 27) Специфика и возможности качественных методов социологического исследования общественного мнения.
- 28) Особенности формирования регионального общественного мнения. Развитие региональной социологической инфраструктуры.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: учеб. пособие для студентов вузов. – М., 2010.
2. Бурдые П. Социология политики. – М, 1993.
3. Докторов Б. З. реклама и опросы общественного мнения в США. В 2-х частях. – М., 2018.
4. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации. – Ростов н/Д, 2009 .
5. Козырев Г. И. Социология общественного мнения. – М., 2014.
6. Львов С. В. Социология и власть: механизмы учета общественного мнения при принятии управленческих решений // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2016. – №2.
7. Одинцов А. В. Социология общественного мнения и вызов BIG DATA // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2017. – №3.
8. Симонян Т.В.Маркетинг и маркетинговые коммуникации. – Феникс Ростов н/Д, 2011
9. Титаренко Л. Г. Социология общественного мнения. – Минск, 2011.
10. Франц В. А. Управление общественным мнением. – М., 2017.
11. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения. – М., 2004.
12. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. – М., 1997.

б) дополнительная литература

13. Амелин В.Н., Устименко С.В. Технологии избирательной компании. – М., 1993.
14. Грушин Б.А. Массовое сознание. – М., 1987.
15. Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений. – М., 1967.
16. Коробейников В. Пирамида мнений. Общественное мнение: природа и функции. – М., 1981.
17. Макаревич Э. Ф. Социальный контроль масс. – М., 2007.
18. Миллс Р. Властвующая элита. – М., 1996.
19. Московичи С. Век толп. – М., 1996.
20. Мороко И. Д. Воздействие СМИ на социологию общественного мнения // Новое слово в науке: перспективы развития. – 2015. – №2.
21. Нозль-Нойман Э. Общественное мнение – открытие спирали молчания. – М., 1996.
22. Овчинников Т.К. Массовое сознание как объект социологического анализа. – М., 1974.
23. Осипов Г. В. Социология и социальное мифотворчество. – М., 2002.
24. Парыгин Б.Д. Общественное настроение. – М., 1966.
25. Петровская М.М. США: политика сквозь призму опросов. – М., 1982.
26. Тощенко Ж.Т. О парадоксах общественного мнения// Социс. – 1995. – №11.
27. Уледов А.К. Структура общественного сознания. – М., 1968.
28. Федотова Л.Н. Массовая информация: стратегия и тактика потребления. – М., 1996.
29. Шибутани Т. Социальная психология. – М., 1969.
30. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М., 1980.
31. Энциклопедический социологический словарь. М., 1995.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Используются стандартно оборудованные учебные аудитории. Специальное оборудование: мультимедийные средства, компьютеры в аудиториях №1302 (кабинет кафедры социологии и философии), №1215 (учебное помещение кафедры социологии и философии). Перечень материально-технических средств учебного помещения для проведения лекционных и практических (семинарских) занятий:

1. Компьютеры персональные фирмы FLATRON AL1716 – 5 шт.
2. Системные блоки (процессоры) Velton – 5 шт.
3. Мультимедийный (портативный) переносной проектор фирмы ACER XD1170D ZOOM – 1 шт.
4. Передвижной столик для установки видеопроектора – 1 шт.
5. Мультимедийный проектор-экран (полотно 2×3 м) – 1 шт.
6. Плазменный телевизор LG с жидкокристаллическим экраном – 1 шт.
7. Сидячие рабочие места – 35 стульев;
8. Парты – 18 шт., дополнительно 5 парт (предназначены под ПК).
9. Информационные стенды – 3 шт.
10. Звуковые колонки – 2 штуки фирмы Genius.
11. Принтеры фирмы:
 - Canon I-Sensys LBP6000 – 1 шт.
 - ML-1520P Samsung – лазерный принтер.
 - Canon MX410 – цветной принтер – 1 шт.
9. Мониторы стационарные фирмы:
 - FLATRON W 1942 – 1 шт.;
 - BENQ G2225 HD – 1 шт.
12. Системный блок (процессор) DEPO – 1 шт.
13. Сетевое оборудование для организации работы в компьютерном классе.

10. Соответствующее лицензионное программное обеспечение, учитывающее специфику базовых и вариативных дисциплин специализации кафедры.

9. Рейтинг-план

Рейтинг-план дисциплины (Ф СВГУ «Рейтинг-план»)

Б1.В.ОД.10 «Социология общественного мнения»

Социально-гуманитарный факультет

Курс 3, группа С семестр 6 20__ / 20__ учебного года

Преподаватель: Барбарук Анна Владимировна

Кафедра: Социологии и философии

Аттестационный период	Номер модуля	Название модуля	Виды работ, подлежащие оценке	Количество баллов
1	1	Общественное мнение как социологическая проблема	1. Активность на семинарских и лекционных занятиях 2. Практическое задание по темам модуля	20 40
2	2	Общественное мнение как социальная система	1. Активность на семинарских и лекционных занятиях 2. Практическое задание по темам модуля	20 40
3	3	Проблемы изучения общественного мнения	1. Активность на семинарских и лекционных занятиях 2. Практическое задание по темам модуля	20 40
Итоговый контроль (контрольная работа)				50
ВСЕГО				230

Рейтинг план выдан _____
(дата, подпись преподавателя)

Рейтинг план получен _____
(дата, подпись старосты группы)

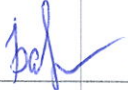
10. Протокол согласования программы с другими дисциплинами направления (специальности) подготовки (Приложение 2).

11. Приложения

Приложение 1 Ф СВГУ «Фонд оценочных средств» для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Приложение 3 Лист изменений и дополнений.

Автор: Анна Владимировна Барбарук, канд. соц. н., доцент кафедры социологии и философии

Подпись  01.03.18г. дата

Заведующий кафедрой социологии и философии: Александр Вадимович Леснов, канд. филос. н., доцент

Подпись  дата 03.03.18г.

10. Протокол согласования программы с другими дисциплинами направления (специальности) подготовки

Наименование базовых дисциплин и разделов (тем), усвоение которых необходимо для данной дисциплины	Предложения базовым дисциплинам об изменениях в пропорциях материала, порядок изложения, введение новых тем курса и т.д.
Второй модуль «Общественное мнение как социальная система»	В дисциплине Б.1.Б.14 «Основы социологии» предусмотреть возможность более подробного изучения вопроса об обществе как социальной системе, его структуре и функциях.
Третий модуль «Проблемы изучения общественного мнения»	В дисциплине Б.1.Б.17 «Методология и методы социологического исследования» предусмотреть возможность более подробно остановиться на теме, посвященной постановке проблемы в социологическом исследовании.

Ведущие лекторы  (Барбарук Анна Владимировна)

Ведущие лекторы  (Асенов А.В.,)

Ведущие лекторы _____ ()

Приложение 3

Лист изменений и дополнений на 2019/2020, 2020/2021 уч. годы

В рабочую программу учебной дисциплины (год набора: 2017 г.)

Б1.В.ОД.10 «Социология общественного мнения»

Направления подготовки

39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки

«Социология маркетинга и рекламы»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

1. В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

Внести «Объем (в часах) для индивидуальной сдачи экзамена определяется нормами времени для расчета объема учебной нагрузки, выполняемой профессорско-преподавательским составом, и составляет 0,25 часа на одного студента (приказ №102/общ. от 17.05.2019 г.)».

Автор:

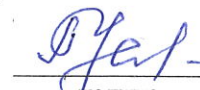
Леснов Александр Вадимович,
кандидат философских наук, доцент

 29.01.2021 г.
подпись дата

Рабочая программа учебной дисциплины пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальных и гуманитарных наук, протокол № 6 от «29» января 2021 г.

И.о. зав. кафедрой социальных и гуманитарных наук:

Пустовойт Галина Анатольевна,
кандидат исторических наук, доцент

 29.01.2021 г.
подпись дата

Лист изменений и дополнений на 2019/2020 учебный год
в рабочую программу учебной дисциплины
Б1.В.ОД.10 «Социология общественного мнения»

Направления подготовки
39.03.01 «Социология»

1. В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:
1.1 Внесены изменения в пункт «Перечень учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины (модулей)» «Социология общественного мнения»

а) основная литература:

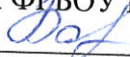
1. Докторов, Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов. – М.: Директ-Медиа, 2014. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210885> (дата обращения: 26.11.2019) (ЭБС)
2. Ильина, Л. Придать форму общественному мнению. – Оренбург: ОГУ, 2012. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259147> (дата обращения: 26.11.2019) (ЭБС)
3. Лопырева, Л.Д. Общественное мнение как фактор обратной связи в системе местного самоуправления. – М.: Лаборатория книги, 2010. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87521> (дата обращения: 26.11.2019) (ЭБС)
4. Технологии управления общественным мнением /под ред. В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова, О.В. Милаева и др. – М.; Вологда: Инфра-Инженерия, 2019. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564679> (дата обращения: 26.11.2019) (ЭБС)

б) дополнительная литература:

1. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2004 (4 экз.)

2. В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие дополнения:
нет

Автор: Барбарук А. В., канд. социол. наук, доцент кафедры социальных и гуманитарных наук ФГБОУ ВО «СВГУ»



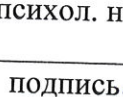
подпись



дата

Рабочая программа учебной дисциплины пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальных и гуманитарных наук от «22» ноября 2019 г., протокол № 4.

И. о. заведующего кафедрой социальных и гуманитарных наук: Якунина Ю. Е., канд. психол. наук, доцент



подпись



дата