

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра социологии, общей и юридической психологии

УТВЕРЖДЕНА
учёным советом
Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол № 2 от 24.09.2024 г.

АДАптиРОВАННАЯ ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Социальная структура, социальные институты и процессы

(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса
для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и
обучающихся инвалидов**

Б1.В.ДВ.14.01. «СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ»

(код и наименование дисциплины)

39.03.01 Социология

(код, наименование направления подготовки /специальности)

Очная

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2025 г.

Волгоград, 2024 г.

Автор-составитель:

Кандидат философских наук, доцент кафедры
социологии, общей и юридической психологии

В.В. Задорин

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой социологии,
общей и юридической психологии,
доктор социологических наук, доцент

А.Л. Кузеванова

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание) (Ф.И.О.)

РПД Б1.В.ДВ.14.01 «Социология и психология общественного мнения» одобрена на заседании кафедры социологии, общей и юридической психологии. Протокол от 30 августа 2024 года № 1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	16
6.1. Основная литература	16
6.2. Дополнительная литература	16
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	16
6.4. Нормативные правовые документы	16
6.5. Интернет-ресурсы	16
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	17
8. Приложение 1 РПД	18

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Осваиваемые компетенции

Дисциплина Б1.В.ДВ.14.01 «Социология и психология общественного мнения» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-12	Способность планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей	ПКс-12.2.	Способность планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития территорий

1.2. Результаты обучения

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
формирование профессиональных действий, связанных с организацией работы по сбору данных, подготовке проектного предложения по реализации фундаментального или прикладного социологического и маркетингового исследования	ПКс-12.2.	На уровне знаний: Знать основные общие правила и технологии диагностики общественного мнения, принципы формирования общественного мнения и его динамику, планирование маркетинга товаров и услуг.
		На уровне умений: определять объективные и субъективные причины, вызывающие изменение общественного мнения, определять общие и специфические механизмы возникновения и развития общественного мнения, планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг
		На уровне навыков: Владеть навыками планирования, анализа и осуществления маркетинга товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития предприятий, учреждений, территорий и иных общностей в результате изучения общественного мнения.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.14.01 «Социология и психология общественного мнения» принадлежит к блоку обязательные дисциплины, дисциплины по выбору. В соответствии с учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается в 7 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 2 ЗЕ (72 часа).

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 48 часа и на самостоятельную работу обучающихся – 20 часов, на контроль – 4 часа.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.14.01 «Социология и психология общественного мнения» реализуется после изучения: Основы социологии, Современные социологические теории.

3.Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
<i>7 семестр</i>								
Тема 1	Структура и функции общественного мнения	8	2	-	4	-	2	О
Тема 2	Общественное мнение как социальный институт	8	2	-	4	-	2	О, Р
Тема 3	Общественное мнение как фактор социальных изменений. Общественное мнение и власть	10	2	-	4	-	4	О, Р
Тема 4	Формирование общественного мнения и его динамика	10	2	-	4	-	4	О, Т
Тема 5	Механизмы и способы влияния на общественное мнение	10	2	-	4	-	4	О, Р
Тема 6	Роль СМИ в формировании общественного мнения	10	2	-	6	-	2	О, Р
Тема 7	Современные методы изучения общественного мнения	12	4	-	6	-	2	О, Т
Промежуточная аттестация		4	-	-	-	-		зачет
Всего:		72	16	-	32	-	20	2 ЗЕ

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), реферат (Р)

3.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Структура и функции общественного мнения

История изучения общественного мнения. Общественное мнение: понятие, основные черты, структура. Подходы к структуризации общественного мнения. Базисная, динамическая, субъектная, функциональная структуры. Основные виды функций общественного мнения в современном обществе. Функциональность и дисфункциональность общественного мнения, его явные и латентные функции

Тема 2. Общественное мнение как социальный институт

Возможность институциональной трактовки общественного мнения. Основные характеристики института общественного мнения: механизмы нормативного регулирования, роли, статусы, функции. Признаки формирования общественного мнения как социального института. Основные характеристики института общественного мнения. Факторы, сдерживающие потенциал институционализации общественного мнения.

Тема 3. Общественное мнение как фактор социальных изменений.

Общественное мнение и власть

Общественное мнение в системе факторов социальной динамики. Роль общественного мнения в трансформации различных подсистем социума: политической, социальной, экономической, культурной. Общественное мнение и власть: общая характеристика взаимодействия, типы и режимы взаимодействия.

Тема 4. Формирование общественного мнения и его динамика

Общественное мнение как состояние и процесс. Жизненный цикл общественного мнения. Основные этапы и их характеристика. Источники формирования общественного мнения: индивидуальный жизненный опыт, межличностные взаимодействия. Продуцирование общественного мнения: факторы и механизмы. Специфические закономерности функционирования и развития общественного мнения. Социальная детерминированность общественного мнения.

Тема 5. Механизмы и способы влияния на общественное мнение

Методы целенаправленного воздействия на формирование общественного мнения. Основные способы влияния на общественное мнение. Формы манипулирования общественным мнением и способы его предупреждения. ПР-деятельность и формирование общественного мнения. Манипулирование общественным мнением. Маркетинг товаров и услуг и его использование в разработке программ социального развития территорий

Тема 6. Роль СМИ в формировании общественного мнения

СМИ как важнейший инструмент целенаправленного формирования общественного мнения. СМИ как выразитель общественного мнения. Социологическая информация на страницах печати, телевидении, радио, сетевых СМИ, в Интернете. Основные правила представления социологических данных в СМИ.

Тема 7. Современные методы изучения общественного мнения

История становления прессовых, почтовых и телефонных опросов. Технология подготовки и организации прессового опроса. Область применения прессового опроса. Достоинства и недостатки почтового опроса. Методы повышения возврата при почтовом опросе. Телефонный опрос как экспресс - метод изучения общественного мнения: достоинства, недостатки, условия и технология применения. История зарождения и типология онлайн-опросов общественного мнения. Выборка в онлайн-опросе. Сферы применения метода. Планирование и организация онлайн-опроса. Методика и техника обработки результатов изучения общественного мнения. Организация маркетинговых исследований и использование их данных в разработке программ социального развития территорий

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.14.01 «Социология и психология общественного мнения» используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
Тема 1	Структура и функции общественного мнения	Устный опрос
Тема 2	Общественное мнение как социальный институт	Устный опрос, реферат

Тема 3	Общественное мнение как фактор социальных изменений. Общественное мнение и власть	Устный опрос, реферат
Тема 4	Формирование общественного мнения и его динамика	Устный опрос, письменный тест
Тема 5	Механизмы и способы влияния на общественное мнение	Устный опрос, реферат
Тема 6	Роль СМИ в формировании общественного мнения	Устный опрос, реферат
Тема 7	Современные методы изучения общественного мнения	Устный опрос, письменный тест

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1. Структура и функции общественного мнения

Вопросы устного опроса:

1. Структура и основные этапы развития общественного мнения.
2. Основные функции общественного мнения.
3. Зарождение представлений об общественном мнении (древнейшие источники, античная философия, Платон и Аристотель о понятии общественного мнения и его функциях)
4. Современные концепции общественного мнения

Типовые оценочные материалы по теме 2. Общественное мнение как социальный институт.

Вопросы устного опроса:

1. Общественное мнение и общественное сознание, их соотношение.
2. Структура общественного сознания. Формы и уровни общественного сознания.
3. Понятия диспозиции, установки, аттитюда, ориентации в социальной психологии и социологии общественного мнения.
4. Понятие общественного настроения.

Темы рефератов:

1. Уровни и формы общественного сознания.
2. Общественное настроение.
3. Соотношение общественного сознания и общественного мнения.

Типовые оценочные материалы по теме 3. Общественное мнение как фактор социальных изменений. Общественное мнение и власть.

Вопросы устного опроса:

1. Изучение интересов социальных групп посредством опросов общественного мнения.
2. Роль общественного мнения в трансформации различных подсистем социума: политической, социальной, экономической, культурной.
3. Общественное мнение и политическая сфера общества. Место и функции общественного мнения в политической системе.
4. Общественное мнение и власть: механизмы, типы и режимы взаимодействия.

Темы рефератов:

1. Типология субъектов и объектов общественного мнения.
2. Соотношение массового сознания и общественного мнения
3. Особенность толпы как кого субъекта общественного мнения как

Типовые оценочные материалы по теме 4. Формирование общественного мнения и его динамика

Вопросы устного опроса:

1. Общественное мнение как состояние и процесс.

2. Статика и динамика общественного мнения.
3. Источники формирования общественного мнения.
4. Факторы формирования и изменения общественного мнения.

Тест:

Вопрос 1. Общественное мнение это:

- а) сумма индивидуальных мнений;
- б) одобрение публично наблюдаемых позиций и поведения, которые выражаются определенной частью общества;
- в) специфическое проявление сознания людей, которая характеризуется связью со всеми формами общественного сознания, синтезом обыденного и научного сознания, духовно – практическими способами воздействия на реальность;
- г) суждение больших масс людей по вопросам, обсуждаемым в СМИ.

Вопрос 2. Термин «общественное мнение» возник:

- а) в Англии;
- б) во Франции; в) в США;
- г) в Германии

Вопрос 3. Отметить 2 правильных ответа, характеризующих особенности общественногмнения:

- а. Его носителем являются группы общественности.
- б. Рассматривается во взаимосвязи с конкретным базисным субъектом
- в. Его выразителем является закрытое предприятие, выполняющее секретный государственный заказ.

Вопрос 4. Какое из определений характеризует контрольную функцию общественного мнения:

- а. Подача советов относительно способов решения тех или иных проблем;
- б. Независимо от того, в каких условиях общественному мнению приходится функционировать, оно всегда занимает определённую позицию к тем или иным фактам, событиям жизни общества;
- в. Опираясь на общественное мнение, госструктуры могут принимать в его поддержку те или иные решения, например, придать законодательный характер референдуму;
- г. Через ОМ общественность одобряет или осуждает действия политического лидера, социальной группы, партии.

Ответы: 1. в, 2. а, 3. а, б, 4. б

Типовые оценочные материалы по теме 5. Механизмы и способы влияния на общественное мнение

Вопросы устного опроса:

1. Основные способы влияния на общественное мнение.
2. Формы манипулирования общественным мнением и способы его предупреждения.
3. ПР-деятельность и формирование общественного мнения.
4. Манипулирование общественным мнением.

Темы рефератов:

1. Схема функционирования современной российской медиа системы (на примере вашего города, области, края, республики).
2. Факторы формирования и изменения общественного мнения.
3. Взаимосвязь объективных и субъективных факторов трансформации общественного мнения.

Типовые оценочные материалы по теме 6. Роль СМИ в формировании общественного мнения

Вопросы устного опроса:

1. Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации (СМК) и главный критерий их эффективности.
2. Федеральные и местные СМИ в общественном мнении россиян и региональной общественности.
3. Основные правила представления социологических данных в СМИ.

Темы рефератов:

1. Функции СМИ на уровне общества, уровне группы, уровне личности.
2. СМИ как «четвертая власть».
3. Взаимосвязь СМИ и гражданского общества
4. Роль СМИ в формировании общественного мнения

Типовые оценочные материалы по теме 7. Современные методы изучения общественного мнения

Вопросы устного опроса:

1. История становления прессовых, почтовых и телефонных опросов.
2. Технология подготовки и организации прессового опроса. Область применения прессового опроса.
3. Достоинства и недостатки почтового опроса.
4. Методы повышения возврата при почтовом опросе.

Тест:

Вопрос 1. Ролевая компетентность личности проявляется в том, что человек ... а) знает обо всех видах социальных ролей
б) исполняет все социальные роли одновременно
в) не знает о социальных ролях, но исполняет их правильно
г) не смешивает социальные роли и быстро переключается с одной на другую

Вопрос 2. Социальная позиция, занимаемая индивидом благодаря его собственным усилиям, относится к ... статусу
а) предписанному б) исходному
в) достигаемому

Вопрос 3. Общественное мнение это: а) сумма индивидуальных мнений;
б) одобрение публично наблюдаемых позиций и поведения, которые выражаются определенной частью общества;
в) специфическое проявление сознания людей, которая характеризуется связью со всеми формами общественного сознания, синтезом обыденного и научного сознания, духовно – практическими способами воздействия на реальность;
г) суждение больших масс людей по вопросам, обсуждаемым в СМИ.

Вопрос 4. Термин «общественное мнение» возник:

- а) в Англии;
 - б) во Франции; в) в США;
 - г) в Германии
- Ответы: 1. в, 2. а, 3. а, б, 4. Б.

Шкала оценивания

Устный опрос

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации информации в области финансов.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике, владеет навыками анализа и систематизации информации в области финансов
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике в отдельных сферах профессиональной деятельности, владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области финансов
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет использовать полученные знания для решения основных практических задач в отдельных сферах профессиональной деятельности, частично владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области финансов
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, не умеет применять полученные знания на практике, не владеет навыками анализа и систематизации информации в области финансов

Тестирование

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{V}{O} \times 100\%,$$

где B – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

V – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

O – общее количество вопросов в тесте.

Проверка кейса

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при проверке кейса во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проверке кейса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

При оценивании результатов решения кейса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.

Решение задач

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при решении задач во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при решении задач, является количество верно решенных задач. При расчете количества баллов, полученных

студентом по итогам решения задач, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\%,$$

где B – количество баллов, полученных студентом по итогам решения задач;

B – количество верно решенных задач;

O – общее количество задач.

Решение ситуационной задачи

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выполнении ситуационной задачи во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания является сбор и обобщение необходимой информации, правильное выполнение необходимых расчетов, достоверность и обоснованность выводов.

При оценивании результатов решения ситуационной задачи используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, умеет собирать и обобщать необходимую информацию, правильно осуществляет расчеты, делает обоснованные выводы
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, может собрать большую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом незначительные ошибки
74% - 60%	Учащийся демонстрирует знание некоторой части основных теоретических положений, может собрать некоторую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом ошибки
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, умений и навыков в рамках осваиваемой компетенции.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Методы проведения зачета

Зачет проводится с применением следующих методов: метод разработки проекта исследования. При необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к промежуточной аттестации. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-12.2 Способность планировать и осуществлять маркетинг товаров и услуг для использования в разработке программ социального развития территорий	Разрабатывает основные разделы плана маркетингового исследования Апробирует план маркетингового исследования на практике	Наполняет содержанием основные разделы плана маркетингового исследования для использования в разработке программ социального развития территорий Осуществляет успешную апробацию плана маркетингового исследования на практике

Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

Задание 1. Составить программу социологического исследования по теме: Реализация рынка услуг сотовой связи в России

Задание 2. Проанализируйте, какие методы убеждения используются в современной рекламе: познавательные или эмоциональные. Определите что такое познавательные и эмоциональные методы убеждения. Определите, какой вид рекламы будет исследоваться: теле-, радио-, интернет реклама. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.

Задание 3. Составить программу социологического исследования по теме: Разработка стратегии маркетинга предприятия в условиях кризиса.

Задание 4. Виртуальное общение в социальных сетях с большей вероятностью сближает людей, нежели реальное? Разработайте анкету, чтобы оценить соотношение времени, проводимого людьми в социальных сетях со временем живого взаимодействия с друзьями. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.

Задание 5. 17 июня в журнале *Proceedings of the National Academy of Sciences* была опубликована статья под названием «Экспериментальное доказательство заражения масс эмоциями через социальные сети». Суть исследования заключается в выборочном удалении записей из новостной ленты пользователей Facebook. Для эксперимента были отобраны 689 тысяч человек, у половины из которых в новостной ленте скрывались негативно окрашенные сообщения, а у другой половины, наоборот, позитивные. Команда исследователей обратила внимание, что, удаляя часть сообщений, им удаётся манипулировать эмоциями, которые испытывает человек, просматривающий подобным образом отфильтрованную новостную ленту. Так, у тех, у кого в новостной ленте после фильтрации удалялись позитивные сообщения, в свою очередь и сами писали негативно окрашенные посты и статусы, а те, у кого удалялись негативные сообщения, реагировали противоположным образом.

Источник: <http://www.pnas.org/content/111/24/8788.full>

Разработайте макет анкетного опроса на тему: «Корректность при проведении социального эксперимента в социальных сетях».

Шкала оценивания

60% - 100% - «зачтено»;

менее 60% - «не зачтено».

Установлены следующие критерии оценок

100% - 90%	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
89% - 75%	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.

74% - 60%	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60%	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Методические рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий

ответ на имеющиеся эталоны ответов. При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработайте информационный материал по дисциплине. Проконсультируйтесь с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выясните все условия тестирования заранее. Вы должны знать, сколько тестов Вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочтите вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выберите правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов выпишите цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.

д) если Вы встретили чрезвычайно трудный для Вас вопрос, не тратьте много времени на него. Переходите к другим тестам. Вернитесь к трудному вопросу в конце.

е) обязательно оставьте время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Рекомендации по выполнению практических контрольных заданий

Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную. В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.6.

«Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно- методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС
1	2	3
1	Структура и функции общественного мнения	Подходы к структуризации общественного мнения. Базисная, динамическая, субъектная, функциональная структуры.
2	Общественное мнение как социальный институт	Основные характеристики института общественного мнения: механизмы нормативного регулирования, роли, статусы, функции.
3	Общественное мнение как фактор социальных изменений. Общественное мнение и власть	Роль общественного мнения в трансформации различных подсистем социума

4	Формирование общественного мнения и его динамика	Продуцирование общественного мнения: факторы и механизмы
5	Механизмы и способы влияния на общественное мнение	Субъекты, объекты и организация выявления и изучения общественного мнения.
6	Роль СМИ в формировании общественного мнения	Основные правила представления социологических данных в СМИ.
7	Современные методы изучения общественного мнения	Методы повышения возврата при почтовом опросе. Тотальная стратегия почтового опроса.

Рекомендации по работе с литературой

При работе с литературой необходимо обратить внимание на следующие вопросы. Основная часть материала изложена в учебниках, включенных в основной список литературы рабочей программы дисциплины. Основная и дополнительная литература предназначена для повышения качества знаний студента, расширения его кругозора.

При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

Рекомендации для подготовки к зачету

При подготовке к зачету особое внимание следует обратить на следующие моменты:

Большинство вопросов охватывают значительный объем учебного материала. В то же время, в экзаменационных билетах часть из этих вопросов обычно разбиваются на несколько частей. Поэтому необходимо, чтобы студенты продемонстрировали целостную систему знаний, включающую не только полное представление о тех или иных теоретических концепциях, но и взаимосвязях между ними, ключевых категориях каждой из них.

Для того, чтобы избежать трудностей при ответах, рекомендуем подготовку к зачету сопровождать построением ориентировочных схем, отражающих основные связи между различными частями курса, а также готовиться к зачету, начиная с первых практических занятий.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Брушкова, Л. А. Социология : учебник и практикум для вузов / Л. А. Брушкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00955-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511148>

2. Франц В. А. Управление общественным мнением. [Электронный ресурс] — Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2022. — 133 с. - Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-obschestvennym-mneniem-493657>

7.2. Дополнительная литература

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09484-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517305>

2. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541484> .

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Б.и., 1993.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации

7.4. Интернет-ресурсы, справочные системы

Институт социологии РАН <http://www.isras.ru/>

Социология 4М <http://www.isras.ru/4M.html>

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы:

«Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

Обеспечивается возможность беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория располагается на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов с разными видами ограничений здоровья:

- 1) с нарушениями зрения:
 - Принтер Брайля braille embosser everest-dv4;
 - Электронный ручной видеувелечитель САНЭД.
- 2) с нарушениями слуха:
 - средства беспроводной передачи звука (FM-системы);
 - акустический усилитель и колонки;
 - тифлофлешплееры, радиоклассы.
- 3) с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижные, регулируемые эргономические парты с источником питания для индивидуальных технических средств;
 - компьютерная техника со специальным программным обеспечением;
 - альтернативные устройства ввода информации;
 - других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья обеспечен предоставлением ему не менее чем одного учебного, методического печатного и/или электронного издания по адаптационной дисциплине (включая электронные базы периодических изданий), в

формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для обучающихся с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для обучающихся с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Содержание адаптационной дисциплины размещено на сайте информационно-коммуникационной сети Интернет: Ссылка: [http://vlgr.ranepa.ru/sveden/education/ ...](http://vlgr.ranepa.ru/sveden/education/)

Информационные средства обучения, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся:

- электронные учебники, учебные фильмы по тематике дисциплины, презентации, интерактивные учебные и наглядные пособия, технические средства предъявления информации (мультимедийный комплекс) и контроля знаний (тестовые системы).
- ЭБС «Айбукс», Информационно-правовые базы данных («Консультант Плюс», «Гарант»).
- мультимедийный комплекс в лекционной аудитории.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления - филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра социологии, общей и юридической психологии

УТВЕРЖДЕНА
учёным советом
Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол № 2 от 24.09.2024 г.

**АДАптиРОВАННАЯ ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА
Социальная структура, социальные институты и процессы**

(наименование образовательной программы)

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.В.ДВ.14.01. «СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ»

(код и наименование дисциплины)

39.03.01 Социология

(код, наименование направления подготовки /специальности)

Очная

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2025 г.

Волгоград, 2024 г.

1. Вопросы к зачету

1. Структура и основные этапы развития общественного мнения.
2. Основные функции общественного мнения.
3. Зарождение представлений об общественном мнении (древнейшие источники, античная философия, Платон и Аристотель о понятии общественного мнения и его функциях)
4. Н. Маккиавелли, Дж. Локк, Т. Гоббс, Ж-Ж. Руссо о сущности и функциях общественного мнения.
5. Современные концепции общественного мнения
6. Общественное мнение и общественное сознание, их соотношение.
7. Структура общественного сознания. Формы и уровни общественного сознания.
8. Понятия диспозиции, установки, аттитюда, ориентации в социальной психологии и социологии общественного мнения.
9. Понятие общественного настроения.
10. Изучение интересов социальных групп посредством опросов общественного мнения.
11. Роль общественного мнения в трансформации различных подсистем социума: политической, социальной, экономической, культурной.
12. Общественное мнение и политическая сфера общества. Место и функции общественного мнения в политической системе.
13. Общественное мнение и власть: механизмы, типы и режимы взаимодействия.
14. Общественное мнение как состояние и процесс.
15. Статика и динамика общественного мнения.
16. Источники формирования общественного мнения.
17. Факторы формирования и изменения общественного мнения.
18. Основные способы влияния на общественное мнение.
19. Формы манипулирования общественным мнением и способы его предупреждения.
20. ПР-деятельность и формирование общественного мнения.
21. Манипулирование общественным мнением.
22. Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации (СМК) и главный критерий их эффективности.
23. Федеральные и местные СМИ в общественном мнении россиян и региональной общественности.
24. Основные правила представления социологических данных в СМИ.
25. История становления прессовых, почтовых и телефонных опросов.
26. Достоинства и недостатки почтового опроса. Методы повышения возврата при почтовом опросе.
27. Телефонный опрос как метод изучения общественного мнения.
28. Почтовый опрос как метод изучения общественного мнения.
29. Уличный опрос общественного мнения.
30. On-line - опрос общественного мнения.

2. Тестовые материалы

Вопрос 1. Общественное мнение это:

- а) сумма индивидуальных мнений;
- б) одобрение публично наблюдаемых позиций и поведения, которые выражаются определенной частью общества;
- в) специфическое проявление сознания людей, которая характеризуется связью со всеми формами общественного сознания, синтезом обыденного и научного сознания, духовно – практическими способами воздействия на реальность;
- г) суждение больших масс людей по вопросам, обсуждаемым в СМИ.

Вопрос 2. Термин «общественное мнение» возник:

- а) в Англии;
- б) во Франции; в) в США;
- г) в Германии

Вопрос 3. Отметить 2 правильных ответа, характеризующих особенности общественногмнения:

- а. Его носителем являются группы обществвенности.
- б. Рассматривается во взаимосвязи с конкретным базисным субъектом
- в. Его выразителем является закрытое предприятие, выполняющее секретный государственный заказ.

Вопрос 4. Какое из определений характеризует контрольную функцию общественного мнения:

- а. Подача советов относительно способов решения тех или иных проблем;
- б. Независимо от того, в каких условиях общественному мнению приходится функционировать, оно всегда занимает определённую позицию к тем или иным фактам, событиям жизни общества;
- в. Опираясь на общественное мнение, госструктуры могут принимать в его поддержку те или иные решения, например, придать законодательный характер референдуму;
- г. Через ОМ общественность одобряет или осуждает действия политического лидера, социальной группы, партии.

Вопрос 5. Экспрессивная функция общественного мнения связана с:

- А. консультативной деятельностью; б. Директивной деятельностью;
- в. Эмоциональной реакцией; г. нормативным поведением.

Вопрос 6. Известно, что вербальное и невербальное выражение общественного мнения объясняется его структурой. Какие три основных компонента выделяют в структуре общественного мнения (выбрать правильный перечень):

- А. внимание, деловой подход, рациональность; б. рациональность, эмоциональность, воля;
- в. любопытство, деловая хватка, коммуникативность.

Вопрос 7. Какую главную задачу ставит социологическое исследование общественного мнения:

- А. задача состоит в выяснении установок и мнений людей по поводу определенных субъектов; б. задача состоит в выяснении установок малых социальных групп, проживающих в отдаленных районах;
- в. задача состоит в выяснении неизвестных широкой общественности фактов.

Вопрос 8. Коммуникационный аудит, преследуя выполнение задачи, которая состоит в осмыслении проблем, возникающих при коммуникации между:

- А. руководством организаций и целевыми группами общественности;
- б. группами общественности, занимающими различные позиции по конкретному политическому вопросу;
- в. лидером мнения и общественностью.

Вопрос 9. К неформальным исследованиям общественного мнения относится:

- А. накопление фактов, анализы различных информационных материалов и другие, то есть методы, не требующие непосредственного вмешательства в работу объектов исследования.
- б. накопление фактов, анализы различных информационных материалов и другие, то есть методы, требующие непосредственного вмешательства в работу объектов исследования.

Вопрос 10. Стабильность общественного мнения зависит:

- А. от степени выражения социальной оценки;б. от актуальности, остроты проблемы;
- в. от общественных потребностей и интересов;
- г. от степени информированности общественности.

Вопрос 11. Ролевая компетентность личности проявляется в том, что человек ... а) знает обо всех видах социальных ролей

- б) исполняет все социальные роли одновременно
- в) не знает о социальных ролях, но исполняет их правильно
- г) не смешивает социальные роли и быстро переключается с одной на другую

Вопрос 12. Социальная позиция, занимаемая индивидом благодаря его собственным усилиям, относится к ... статусу

- а) предписанному б) исходному
- в) достигаемому

Вопрос 13. Общественное мнение это: а) сумма индивидуальных мнений;

- б) одобрение публично наблюдаемых позиций и поведения, которые выражаются определенной частью общества;
- в) специфическое проявление сознания людей, которая характеризуется связью со всеми формами общественного сознания, синтезом обыденного и научного сознания, духовно – практическими способами воздействия на реальность;
- г) суждение больших масс людей по вопросам, обсуждаемым в СМИ.

Вопрос 14. Термин «общественное мнение» возник:

- а) в Англии;
- б) во Франции; в) в США;
- г) в Германии

Вопрос 15. Отметить 2 правильных ответа, характеризующих особенности общественногмнения:

- А. Его носителем являются группы общественности.
- б. Рассматривается во взаимосвязи с конкретным базисным субъектом
- в. Его выразителем является закрытое предприятие, выполняющее секретный государственный заказ.

Вопрос 16. Какое из определений характеризует контрольную функцию общественного мнения:

- А. Подача советов относительно способов решения тех или иных проблем;
- б. Независимо от того, в каких условиях общественному мнению приходится функционировать, оно всегда занимает определённую позицию к тем или иным фактам, событиям жизни общества;
- в. Опираясь на общественное мнение, госструктуры могут принимать в его поддержку те или иные решения, например, придать законодательный характер референдуму;
- г. Через общественное мнение общественность одобряет или осуждает действия политического лидера, социальной группы, партии.

Вопрос 17. Экспрессивная функция общественного мнения связана с:

- А. консультативной деятельностью; б. Директивной деятельностью;
- в. Эмоциональной реакцией; г. нормативным поведением.

Вопрос 18. Известно, что вербальное и невербальное выражение общественного мнения объясняется его структурой. Какие три основных компонента выделяют в структуре

общественного мнения (выбрать правильный перечень):

- А. внимание, деловой подход, рациональность;
- б. рациональность, эмоциональность, воля;
- в. любопытство, деловая хватка, коммуникативность.

Вопрос 19. Социальное конструирование реальности включает в себя следующие виды деятельности:

- а) согласование позиций, изменение стратегии, дополнение условий б) перераспределение ролей, смену ориентиров, усиление кооперации в) интеграцию, разделение труда, выбор жизненного пути
- г) адаптацию к условиям среды, достраивание реальности, переструктурирование условий среды.

Вопрос 20. В концепции личности Дж. Мида люди, играющие решающую роль в первичной социализации ребенка, обозначаются как ...

- а) «значимые другие» б) «зависимые другие»
- в) «обобщенные другие» г) «вытесненные другие»

Ответы: 1.в, 2.а, 3.а,б, 4. б, 5. в, 6.б, 7.а, 8.а, 9.б, 10.г, 11.в, 12.а, 13.а,б, 14. б, 15. в, 16.б, 17.а, 18.а,19.б, 20.г

3.Открытые задания

Практические контрольные задания

Задание 1. Составить программу социологического исследования по теме: Реализация рынка услуг сотовой связи в России

Задание 2. Проанализируйте, какие методы убеждения используются в современной рекламе: познавательные или эмоциональные. Определите что такое познавательные и эмоциональные методы убеждения. Определите, какой вид рекламы будет исследоваться: теле-, радио-, интернет реклама. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.

Задание 3. Составить программу социологического исследования по теме: Разработка стратегии маркетинга предприятия в условиях кризиса.

Задание 4. Виртуальное общение в социальных сетях с большей вероятностью сближает людей, нежели реальное? Разработайте анкету, чтобы оценить соотношение времени, проводимого людьми в социальных сетях со временем живого взаимодействия с друзьями. Обобщите полученные данные. Сделайте выводы.

Задание 5. 17 июня в журнале *Proceedings of the National Academy of Sciences* была опубликована статья под названием «Экспериментальное доказательство заражения масс эмоциями через социальные сети». Суть исследования заключается в выборочном удалении записей из новостной ленты пользователей Facebook. Для эксперимента были отобраны 689 тысяч человек, у половины из которых в новостной ленте скрывались негативно окрашенные сообщения, а у другой половины, наоборот, позитивные. Команда исследователей обратила внимание, что, удаляя часть сообщений, им удаётся манипулировать эмоциями, которые испытывает человек, просматривающий подобным образом отфильтрованную новостную ленту. Так, у тех, у кого в новостной ленте после фильтрации удалялись позитивные сообщения, в свою очередь и сами писали негативно окрашенные посты и статусы, а те, у кого удалялись негативные сообщения, реагировали противоположным образом.

Источник: <http://www.pnas.org/content/111/24/8788.full>

Разработайте макет анкетного опроса на тему: «Корректность при проведении социального эксперимента в социальных сетях».

Задание 6. На предприятии N, зафиксирована повышенная текучесть кадров, но четкого представления о её источниках и каналах никто не имеет. Вам поручили исследовать этот процесс. Ознакомившись с социологической литературой, Вы узнали, что существует несколько видов текучести кадров:

а) неизбежная текучесть (естественный отток, вызванный смертью, инвалидностью, уходом на пенсию и т.п.);

б) общественно-необходимая текучесть (служба в армии, направление на учебу); в. общественно-допустимая (смена работы по семейным обстоятельствам, смена

профессии, профессиональный рост и т.д.);

г. нежелательная текучесть, доступная управленческому воздействию (по причине конфликтов, разрешимых силами коллектива, нарушения процесса адаптации работников с малым стажем и др.).

Решите практическую задачу. Где и какими методами можно получить информацию о каждом виде текучести кадров?

Задание 7. При изучении эффективности научной работы студентов была выдвинута гипотеза о том, что личность научного руководителя, его профессиональные знания и опыт оказывают решающее воздействие на качество студенческих научных работ и на процесс творческого формирования будущих специалистов.

а) Возможно ли использование метода опроса для подтверждения или опровержения данной гипотезы? Обоснуйте свое мнение.

б) Какие виды опроса могут быть использованы с наибольшей эффективностью в данной ситуации? Обоснуйте их применение.

в) Какого рода информация может быть получена при использовании опросных методов в данном случае?

Задание 8. Составить программу социологического исследования по теме: "Религиозная ситуация в современной России: проблемы и перспективы"

Задание 9. Составить программу социологического исследования по теме: "Трудоустройство выпускников российских ВУЗов: "За" и "Против" распределения"

Задание 10. Составить программу социологического исследования по теме: "Национализм как фактор общественной жизни в современной России"

Задание 11. Составить программу социологического исследования по теме: "Нравственные ориентации жителей российской провинции";

Задание 12. Составить программу социологического исследования по теме: "Отношение молодежи к службе в российской армии"

Задание 13. Составить программу социологического исследования по теме: "Бедность в современном российском обществе"

Задание 14. Составить программу социологического исследования по теме: "Трудности молодой семьи в современном российском обществе".

Задание 15. Составить программу социологического исследования по теме: «Профессиональный уровень работников социальной защиты».

Задание 16.1. Выбрать существующую или придумать самому фирму/товар/услугу для анализа.

2. Определить цель исследования.

3. Дать ответ на следующие вопросы:

• Кого опрашивать?

• Какое количество людей необходимо опросить?

• Каким образом следует отбирать членов выборки?

• Каковы способы связи с аудиторией (по телефону, по почте, личное интервью, e-mail или др.)

4. Разработать непосредственно вопросы для анкеты (не менее 20).

Задание 17. Как вы классифицировали бы товары, предлагаемые рестораном: как товары долговременного пользования или как услуги? Почему?

Задание 18. В последнее время многие американские и европейские производители автомобилей пытаются репозиционировать многие свои торговые марки. Подумав над примерами такого репозиционирования, опишите, каким образом та или иная торговая марка переместилась в верхний (или нижний) сегмент рынка. Насколько легко удалось компаниям-производителям репозиционировать свои марки? Что еще они могли бы сделать, чтобы изменить отношение покупателей к своим автомобилям? **Задание 19.** Почему большинство людей отдает предпочтение марочным товарам в отличие от немарочных?

Задание 20. Ведущая марка освежителя воздуха стоит 100 рублей (флакон емкостью 150 мл). Конкурент вывел на рынок похожий освежитель по цене 99 рублей за флакон 300 мл, который и стал маркой № 1. Каковы психологические аспекты данной стратегии ценообразования.