

**ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский)
университет**



«_25_» __июня__, протокол №25

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

**Наименование дисциплины: Б1.О. 15 Социологическое исследование в
рекламе и связях с общественностью**

Автор:

Аветисян Аида Сергеевна

Старший преподаватель

Ф.И.О, ученое звание (при наличии), ученая степень (при наличии)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Наименование образовательной программы: Реклама и связи с
общественностью**

1. АННОТАЦИЯ

1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;

В современном мире институт рекламы является одним из доминирующих механизмов воздействия на массовое сознание, служит каналом трансляции культурных норм и ценностей. Развитие рекламного бизнеса в Армении вызвало потребность в специалистах рекламного дела, владеющих социологическими методами её обеспечения. Формирование системного комплекса знаний, навыков и умений, а также новых подходов в изучении данной сферы социальной жизни, инициировало возникновение новых учебных курсов по рекламе.

Курс направлен на формирование комплексного представления о методах социологического исследования и их применение в рекламе и связях с общественностью. Дисциплина отражает эту проблематику, конкретизируя и развивая содержательно-методологические акценты, целостное изучение которых позволит расширить спектр социологического знания. Изучение данной дисциплины предполагает определенные знания антропологии, социальной философии, психологии, социологии и культурологии

1.2. Трудоемкость в академических кредитах и часах, формы итогового контроля: 144 академических часа (32 лекции, 32 практич.) 4 кредита; форма контроля экзамен.

1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Полученные знания, умения и навыки в процессе изучения могут быть использованы студентами в процессе прохождения преддипломной практики, а также в процессе освоения дисциплин «Социология», «Психология рекламной деятельности», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

1.4. Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1	Знает как осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации для решения поставленных профессиональных задач.
		УК-1.2	Умеет применять системный подход на основе поиска, критического анализа и синтеза информации для решения задач профессиональной области
		УК-1.3	Владеет навыками поиска, синтеза и критического анализа информации в своей

			профессиональной области; владеет системным подходом для решения поставленных задач.
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	Знает подходы в постановке задач для достижения поставленной цели, обладает знаниями в выборе оптимальных способов их решения.
		УК-2.2	Умеет, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, выбирать оптимальные способы решения задач в профессиональной области для достижения поставленной цели.
		УК-2.3	Владеет навыками определения круга профессиональных задач в рамках поставленной цели; выбором оптимальных способов их решения с учетом действующих правовых норм и имеющихся ресурсов
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1	Знать: процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии); современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе системы искусственного интеллекта, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы
		ОПК-6.2	Уметь: выбирать и использовать современные информационнокоммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства для решения задач профессиональной деятельности; анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие информационные технологии
		ОПК-6.3	Владеть: навыками работы с данными с помощью информационных технологий; навыками применения современных информационнокоммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных сред, программно-технических платформ и программных средств для решения задач профессиональной деятельности
ПК-1	Способен осуществлять маркетинговые исследования, проводить анализ ситуации на рынке продукции и услуг, определять целевую аудиторию потребителей продукции	ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;
		ПК-1.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы

			анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		ПК-1.3	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;
ПК-2	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии для продвижения рекламной продукции.	ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии брендменеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
		ПК-2.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение;
		ПК-2.3	Знает: маркетинговые технологии и технологии брендменеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-6	Способен к документационному сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью (редакционный тип задач)	ПК-6.1	Знать: требования и нормативы к документационному сопровождению проектирования в области рекламы и связей с общественностью
		ПК-6.2	Уметь оформлять документационное сопровождение проектов в сфере рекламы и (или) СО
		ПК-6.3	Владеть: навыками подготовки проектной и сопутствующей проектной документаций (экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)

2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

2.1. Цели и задачи дисциплины

2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		<u>5</u> сем	сем	сем	сем.	сем	сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
1.Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	144						
1.1.Аудиторные занятия, в т. ч.:							
1.1.1.Лекции	32						
1.1.2.Практические занятия, в т. ч.	32						
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов							
1.1.2.2. Кейсы							
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги							
1.1.2.4. Контрольные работы							
1.1.2.5. Другое (указать)							
1.1.3.Семинары							
1.1.4.Лабораторные работы							
1.1.5.Другие виды (указать)							
1.2.Самостоятельная работа, в т. ч.:							
1.2.1. Подготовка к экзаменам	27						
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)	54						
1.2.2.1.Письменные домашние задания							
1.2.2.2.Курсовые работы							
1.2.2.3.Эссе и рефераты							
1.2.2.4.Другое (указать)							
1.3. Консультации							
1.4. Другие методы и формы занятий							
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет)	Экзамен						

2.3. Содержание дисциплины

2.3.1.Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. Занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)
---------------------------	----------------------	--------------------------	-------------------------------------	-------------------------	--------------------------

1	2=3+4+5+6+7	3	4	5	6
Тема 1. Значение социологического обеспечения		2		2	
Тема 2. Общая концепция исследования. Конкретное соц.ис.		4		4	
Тема 3. Программа социологического исследования		4		4	
Тема 4. Проблема достоверности информации в соц исследовании		4		4	
Тема 5. Методы определения выборочной совокупности		4		4	
Тема 6. Методы сбора первичной социологической информации: опрос		6		6	
Тема 7. Документы как источник социальной информации		6		6	
Тема 8. Наблюдение и социальный эксперимент в социологическом исследовании		2		2	
Тема 9. Методика анализа, обобщения и объяснения эмпирической информации.		4		4	
ИТОГО		36		36	

2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

Тема 1. Значение социологического обеспечения рекламной коммуникации

Структура и уровни социологического знания
Содержание предмета и объекта социологии.
Понятие и функции методологии, их значение
Уровни методологического познания.
Специфика научного исследования. Виды научного исследования в социологии. Функции и назначение фундаментального эмпирического и прикладного исследования.
Методологическая роль отраслевых (специальных) социологических теорий.
Методология и метод. Социологическая методология как исследование методов: описание, объяснение, обоснование, оценк. и сущность.

Начало исследования - проблемная ситуация как отражение реально существующего противоречия. Объект исследования. Системный анализ объекта исследования. Предмет исследования. Социологическое исследование: понятие, виды, особенности организации.

Тема 2. Общая концепция исследования. Конкретное социологическое исследование: понятие, виды.

Определение содержания конкретного (эмпирического) социологического исследования. Классификация видов СИ: по глубине анализа, по применяемому методу сбора данных, по цели исследования, по объему охвата объекта исследования, по месту проведения.

Тема 3. Программа социологического исследования.

Программы социологического исследования – содержание, структура, значение. Основные элементы программы. Методологическая и процедурная части программы. Выбор темы исследования, обоснование ее теоретической и практической значимости. Проблемная ситуация и обоснование проблемы исследования. Определение объекта и предмета исследования. Определение цели и задач исследования. Логический анализ основных понятий. Роль гипотезы в конкретном исследовании. Необходимость её формулировки. Гипотеза как важная составляющая научного исследования. Планирование проверки гипотезы.

Тема 4. Проблема достоверности информации в социологическом исследовании. Генеральная и выборочная совокупность

Проблема достоверности данных, получаемых различными методами. Надежность, обоснованность и точность эмпирической информации как критерий хорошей методики. Приемы контроля данных на адекватность, устойчивость, надежность. пности

Тема 5. Методы определения выборочной совокупности

Сплошное и несплошное исследование. Виды несплошного исследования. Проблема выборки. Сущность выборочного метода. Математико-статистическое обоснование выборочного метода. Понятие репрезентативности. Ошибка репрезентативности, ее оценка, способы уменьшения. Качественная и количественная репрезентация объекта исследования. Объем выборки, его определение. Генеральная и выборочная совокупности. Понятие малой выборки.

Тема 6. Методы сбора первичной социологической информации: опрос

Опрос как метод получения социальной информации: анкетирование. Достоинства и недостатки метода (сфера применения, ограничения в применении). Недопустимость отождествления опроса с социологическим исследованием. Виды опроса. Назначение метода: возможность получения информации о действиях, поступках индивида и о его мнениях и суждениях, информации о прошлом, настоящем и будущем состоянии объекта исследования и т.д. Сфера применения, ограничения в применении. Проблема достоверности информации. Принципы составления опросного листа. Структура опросника: вводная часть, основная часть анкеты, паспортчика. Виды вопросов анкеты по содержанию, форме, функции. Вопрос как инструмент сбора социальной информации. Разновидности концепций вопроса: тестовая,

традиционная, индикаторная, расширенная информационная. Пилотаж как обязательный этап апробации анкеты. Техника распространения и сбора анкет.

Интервью как метод получения социальной информации. лекционное занятие (6 часа(ов)): Интервью как разновидность метода опроса, его специфика. Основные этапы развития техники интервью. Сфера применения интервью. Достоинства и недостатки метода. Классификация интервью: по технике проведения, по целевому назначению, по типу опрашиваемого лица, по форме, по процедуре, по способу общения. Продолжительность интервью. Интервьюирование как процесс социально-психологического взаимодействия интервьюера с респондентом. Профессиональная подготовленность интервьюера, искусство ведения беседы. Характеристика основных компонентов интервью: интервьюера, респондента, вопросника, ситуации интервью. Нормативные требования по проведению интервью.

Тема 7. Документы как источник социальной информации. лекционное занятие (6 часа(ов)):

Документы как важнейший источник социальной информации. Классификация документов. Проблема надежности и достоверности документальной информации. Способы определения степени достоверности документальных сведений. Методы анализа документов: традиционный и формализованный. Общая характеристика традиционного метода анализа документов. Сущность формализованного метода анализа документов. Контент-анализ. Текст как объект исследования. Поиск смысловых показателей для анализа текста.

Тема 8. Наблюдение и социальный эксперимент в социологическом исследовании. лекционное занятие (4 часа(ов)): Сущность наблюдения как научного метода исследования. Специфика социологического наблюдения. Проблема выбора единиц наблюдения. Классификация наблюдения. Критерии классификации. Включенное наблюдение как разновидность метода наблюдения. Типы включенного наблюдения. Специфика применения. Сфера применения. Ограничения в применении.

Сущность социального эксперимента, его специфика по сравнению с естественнонаучным экспериментом. Социальный эксперимент и общественная практика. Классификация социального эксперимента. Основания классификации: способ введения независимой переменной; характер логической структуры доказательства гипотезы; метод отбора контрольной группы, уровень требований к ситуации эксперимента; характер задач эксперимента; предметное содержание исследовательских задач. Назначение метода, область применения. Основные нормативные требования по использованию эксперимента в социологии.

Тема 9. Методика анализа, обобщения и объяснения эмпирической информации. Измерение социальной информации. Методы описательной статистики: анализ средних величин, графический анализ, вариационный (дисперсионный) анализ. Методы статистического анализа взаимосвязи признаков: корреляционный, регрессионный, логлинейный анализ. Понятие факторного анализа. Применение кластерного (таксономического) анализа. Выявление скрытых признаков объекта (латентный анализ). Измерение в социологии: понятие, сущность, роль. Понятие шкалы. Виды шкал в социологии.

2.3.3. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума

На семинарских занятиях студенты представляют подготовленное выступление по выбранной/заданной теме.

2.3.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Проектор, компьютер, принтер, интерактивная доска, интернет, бумага, аудиторное обеспечение.

2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)		Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля	
	M1 ¹	M2	M1	M2	M1	M2				
Вид учебной работы/контроля										
Контрольная работа <i>(при наличии)</i>	0,25									
Устный опрос <i>(при наличии)</i>	0,5									
Тест <i>(при наличии)</i>										
Проект <i>(при наличии)</i>	0,5									
Веса результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0,5					
Веса оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей					0,5					

¹ Учебный Модуль

Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей							0,5	
Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей							0,5	
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля								0,5
Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля								0,5
	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$

3. Теоретический блок (указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины)

3.1. Материалы по теоретической части курса

1. Кинсбургский А. В. - Как провести учебное социологическое исследование, М., 2009г.
2. Климантова Г.И. - Методология и методы социологического исследования, 2014г.
3. Социологическое исследование., уч. пособие М., Флинта, 2014
4. Ядов В.А. Социологическое исследование : методология, программа , методы. Самарский университет 1995
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М., 2002
6. Социология. Основы общей теории. Под редакцией Г. В. Осипова, «НОРМА», М., 2003

Дополнительная литература:

1. Процедура и методы социологического исследования. кн 1, кн. 2 М., Флинта 2014
1. Кошлякова М.О. Социологические методы исследования имиджа /Сервис Plus №3 2011
2. Здравомыслов А.Г. Поле социологии в современном мире М., Логос, 2010

Интернет-ресурсы

1. Журнал «Социс. Социологические исследования» <http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm> -
2. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология» <http://www.vestnik.socio.msu.ru/>
3. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>
4. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>

5. Национальная электронная библиотека <http://www.nel.nns.ru/>
 6. Федеральная служба государственной статистики РФ <http://www.gks.ru>
 7. Министерство науки и высшего образования РФ <https://minobrnauki.gov.ru/>
 8. Министерство просвещения России <https://edu.gov.ru/>
 9. Электронная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова <http://www.nbmgu.ru/publicdb/>
 10. ЭВЦИОМ <http://wciom.ru/>
 11. Romir. Исследовательский холдинг <https://romir.ru/>
- 8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**
- № Жур Web-адрес**
12. АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России) <http://www.akarussia.ru/>
 13. Ассоциация Рекламодателей <http://assadv.ru/>
 14. Социальная реклама.ru <http://www.socreklama.ru/>
- Первый сайт о социальной рекламе в России <https://1soc.ru/>
15. Naming.ru <http://www.naming.ru/>
 16. Время Рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА. <http://advtime.ru/>

3.1.1. Фонды оценочных средств (указываются материалы, необходимые для проверки уровня знаний в соответствии с содержанием учебной программы дисциплины).

3.2. Планы практических и семинарских занятий

Семинарское занятие 1

1. Предмет и объект социологического знания. Социальное, и социологическое исследование.
2. Пробное и пилотажное исследование. 3. Описательное и аналитическое исследование. 4. Точечное исследование. 5. Сплошное и выборочное исследование. 6. Повторные исследования. 7. Мониторинг. 8. Полевое исследование.

Семинарское занятие 2

Программа социологического исследования 1. Методологическая и методическая часть 2. Структура методологической части 3. Структура методической части

Семинарское занятие 3.

1. Стратегический план исследования. 2. Основные типы плана: разведывательный, описательный, экспериментальный. 3. Зависимость типа исследовательского плана от вида гипотезы. Соотношение типа плана и целей исследования, а также методов исследования
4. Рабочие гипотезы, их проверка.

Семинарское занятие 4

Способы формирования выборки. 1. Генеральная и выборочная совокупности 2. Типы выборки 3. Проверка репрезентативности выборки. практическое занятие 4. Способы определения объема выборки. 5. Ошибки выборки

Семинарское занятие 5. С

ущность метода опроса, его возможности. 2. Область применения и ограничения в применении. 3. Место анкетирования среди других методов сбора эмпирической информации. 4. Специфика социологического интервью, виды

Семинарское занятие 6.

1. Структура опросника: вводная часть, основная часть анкеты, паспортчика. 2. Виды вопросов анкеты по содержанию, форме, функции. 3. Вопрос как инструмент сбора социальной информации. Разновидности концепций вопроса 7. Специфика интервьюирования как опросного метода получения информации.

Семинарское занятие 7.

1. Документ в социологическом исследовании: понятие и классификация. 2. Характеристика документов с точки зрения достоверности и надежности информации. 3. Контент-анализ как метод исследования документов. 4. Проблема выбора единиц наблюдения при анализе

Семинарское занятие 8

Достоинства и недостатки метода наблюдения. практическое занятие (2 часа(ов)): 1. Характеристика наблюдения как способа получения эмпирической информации. 2. Виды наблюдений. 3. Средства повышения надежности метода наблюдения. 4. Эксперимент и наблюдение. 5. Специфика социального экспериментирования. 6. Эксперимент в управлении социальными процессами.

Семинарское занятие 9.

1. Методы статистического анализа взаимосвязи признаков: корреляционный, регрессионный, логлинейный анализ, факторный анализ. Применение кластерного (таксономического) анализа

3.3. Материалы по практической части курса

3.3.1. Учебно-методические пособия

Кинсбургский А. В. - Как провести учебное социологическое исследование, М, 2009г.

Климантова Г.И. - Методология и методы социологического исследования, 2014г.

Социологическое исследование., уч. пособие М., Флинта, 2014

Ядов В.А Социологическое исследование: методология, программа ,методы. Самарский университет 1995

3.4. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов

Отношение молодежи к зож

Социальные сети , их роль в формировании личности

Особенности рекламного воздействия на подростков

3.5. Тематика рефератов, эссе и других форм самостоятельных работ

Социальные статусы и роли

Социальные группы (референтные группы, конформизм)

Социальная стратификация и социальная мобильность

Социологическое понимание культуры

Ценности и ценностные ориентации

Социальные институты

3.6. Перечень экзаменационных вопросов

Контрольные вопросы для экзамена

1. Методы исследования в социологии

2. Основные вопросы выборочного исследования

3. Репрезентативность как характеристика выборочного метода.
4. Типы выборок
5. Программа социологического исследования
6. Определение целей социологического исследования
7. Формулировка проблемы в социологическом исследовании
8. Объект и предмет социологического исследования
9. Гипотезы в социологическом исследовании
10. Наблюдение в социологическом исследовании
11. Виды наблюдений
12. Опрос в социологическом исследовании
13. Особенности анкетирования
14. Особенности интервьюирования
15. Виды анкетных опросов
16. Виды интервью
17. Структура вопросника
18. Виды вопросов
19. Анализ документов в социологическом исследовании
20. Классификация документов
21. Эксперимент в социологическом исследовании
22. Виды социальных экспериментов
23. Организация и проведение фокус-групп в рекламных исследованиях.
24. Обобщение результатов социологического исследования
25. Разработка рекомендаций

3.7. Образцы экзаменационных билетов

РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра: “ Креативных индустрий ”
Дисциплина: Социологические исследования в рекламе и СО

Билет № 1.

1. Социология как наука. Её объект и предмет.
2. Принципы составления анкеты: процедура логического анализа и композиция анкеты

3.8 Методический блок

Методика преподавания Методика преподавания дисциплины и проверки знаний предполагает две основные формы: лекцию и семинарские занятия.

Нацеленность на усвоение большого количества материала первоисточников, а также многообразие учебников и учебных пособий по дисциплине обосновывает необходимость авторской лекции в процессе преподавания данной дисциплины. Лекция предполагает систематизацию основного материала с одновременной соотнесенностью со смежными областями знания, а также сопоставление теоретических проблем социальной коммуникации с реальными проблемами жизни.

В качестве формы проверки, контроля и закрепления знаний выбран метод семинарских занятий, изначально предполагающий разнообразие форм организации: стандартный семинар, строго следующий плану с фиксированным количеством вопросов; семинар-доклад, во время которого студентам предоставляется возможность представить результаты самостоятельной работы; семинар-конференция, предполагающий несколько докладов и главным образом

организуемый в конце семестра или года; семинар-эссе, целью которого является как проверка знаний студента (предполагающая дальнейшее устное обсуждение), так и развитие навыков концентрации и письменного изложения. По окончании курса представление проекта самостоятельного социологического исследования по выбранной проблеме.

3.9 Методические рекомендации для студентов по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям, по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины.

Студенту необходимо

- заранее ознакомиться с темой предстоящей лекции и планом предстоящего семинара.
- уметь быстро, кратко и системно записывать содержание лекции.
- систематически выполнять задания преподавателя.
- составить наиболее рациональный порядок чтения.
- составить тезаурус, который будет пополняться основными понятиями, необходимыми для усвоения материала.

• иметь четко намеченный и распределенный по срокам порядок работы, то есть план. Составление плана предполагает разделение материала на последовательно изучаемые темы в соответствии с текущим учебным процессом. Изучение того или иного материала, а также составление плана требует следования и руководства программой, заранее представленной преподавателем.

• уметь работать с литературой, а также пользоваться электронными каталогами. Важно комплексно усвоить материал обязательной литературы, а для более эффективной работы использовать дополнительную литературу, предложенную как преподавателем, так и самим студентом. Для этого студент должен хорошо ориентироваться в содержательности выбранного им материала.

• прибегать к конспектированию, то есть к краткому связному изложению прочитанного материала, что значительно облегчит восприятие и процесс смыслового анализа.

4. Методические указания по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям

- Ознакомиться с планом предстоящего семинара
- Изучить и составить конспект рекомендуемой литературы
- Основательно подготовиться к каждому вопросу, зафиксированному в плане. Быть готовым к 10-и минутному устному сообщению по любому из этих вопросу, а также быть готовым к участию в обсуждении.

4.1. Методические рекомендации по написанию самостоятельных работ, в том числе курсовых работ, рефератов, эссе и др.

При выполнении самостоятельных работ (курсовых, рефератов, эссе и др.) студент должен продемонстрировать ряд навыков:

- работать в соответствии с проработанным планом
- умение пользоваться литературными источниками
- умение обосновывать актуальность темы
- умение анализировать и излагать содержание материала своими словами и в логической последовательности.

- умение оформлять работу в соответствии с требуемыми стандартами.