

**Приложение 2 к РПД Социологические проблемы изучения общественного
мнения
39.03.01 Социология
Направленность (профиль) – Социология культуры
Форма обучения – очная
Год набора - 2016**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Экономики, управления и социологии
2.	Направление подготовки	39.03.01 Социология
3.	Направленность (профиль)	Социология культуры
4.	Дисциплина (модуль)	Социологические проблемы изучения общественного мнения
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2016

2. Перечень компетенций

- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы с беспристрастностью и научной объективностью (ОПК-3);
- способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб (ПК-5).

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
1. Изучение общественного мнения как отрасли социологического знания	ОПК-3, ПК-5	<p>Специфика социологического подхода к анализу общественного мнения. Роль и место социологии общественного мнения в общей системе социологического знания. Теоретическое и практическое значение изучения общественного мнения.</p> <p>Общественное мнение в философской науке. Начало социологического подхода к изучению общественного мнения. Классики социологической науки об общественном мнении. Французская школа исследования общественного мнения (П. Бурдьё). История изучения общественного мнения в России (исследователи: Б. А. Грушин, А. Н. Уледов, концепция В. М. Хвостова). Современный этап: ВЦИОМ, РОМИР и другие центры исследования и изучения общественного мнения. Исследование общественного мнения в городе Саратове.</p>	<p>обрабатывать социальную информацию с привлечением широкого круга источников; интерпретировать данные социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории; уметь выступать с сообщениями и докладами по тематике социологических исследований; обобщать и анализировать социологическую информацию.</p>	<p>категориальным аппаратом темы, способностью научного анализа изученного явления</p>	<p>Тест, выступление с докладом, терминологический диктант</p>
2. Теоретико-методологические и прикладные основы изучения общественного мнения в социологической науке	ОПК-3, ПК-5	<p>Предмет, социальная природа, структура и сущность общественного мнения.</p> <p>Субъект и объект общественного мнения.</p> <p>Формирование общественного мнения.</p> <p>Выражение общественного мнения в условиях многопартийности.</p> <p>Функционирование общественного мнения.</p>	<p>обрабатывать социальную информацию с привлечением широкого круга источников; интерпретировать данные социологических исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей социологической теории; уметь выступать с сообщениями и докла-</p>	<p>категориальным аппаратом темы, способностью научного анализа изученного явления</p>	<p>Тест, выступление с докладом, терминологический диктант</p>

		Общественное мнение и управленческая деятельность. Мировое общественное мнение.	дами по тематике социологических исследований; обобщать и анализировать социологическую информацию.		
--	--	--	---	--	--

4. Критерии и шкалы оценивания

4.1. Тест

Процент правильных ответов	до 60%	61-80%	81-100%
Количество баллов за ответы	0	6	10

4.2 Терминологический диктант

Обучающийся получает 1 балл за каждую верно данную дефиницию термина.

Процент правильных дефиниций	до 60%	61-80%	81-100%
Количество баллов за ответы	0	6	10

4.3. Выступление с докладом

Баллы	Характеристики выступления обучающегося
10	<ul style="list-style-type: none">– студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;– делает выводы и обобщения;– свободно владеет понятиями
8	<ul style="list-style-type: none">– студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;– не допускает существенных неточностей;– увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;– аргументирует научные положения;– делает выводы и обобщения;– владеет системой основных понятий
6	<ul style="list-style-type: none">– тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент освоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;– допускает несущественные ошибки и неточности;– испытывает затруднения в практическом применении знаний;– слабо аргументирует научные положения;– затрудняется в формулировании выводов и обобщений;– частично владеет системой понятий
0	<ul style="list-style-type: none">– студент не усвоил значительной части проблемы;– допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;– испытывает трудности в практическом применении знаний;– не может аргументировать научные положения;– не формулирует выводов и обобщений;– не владеет понятийным аппаратом

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

5.1. Типовое тестовое задание

1. Объектом общественного мнения может являться только то событие, явление, процесс, которые отвечают критериям:

- а. Истинность, актуальность, массовость
- б. Значимость, однозначность, открытость
- в. Интерес, дискуссионность, информационная доступность

2. Выберите компоненты базисной структуры общественного мнения:

- а. Становление
- б. Общественное суждение (социальная оценка)
- в. Общественная воля
- г. Функционирование
- д. Зарождение

3. Авторы психологического направления изучения общественного мнения:

- а. К. Юнг, И. Фишман
- б. Г. Тард, Г. Лебон
- в. Э. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс

4. Этический кодекс проведения маркетинговых исследований, которым в своей работе руководствуются центры изучения общественного мнения:

- а. ISO
- б. Esomar
- в. ГОСТ
- г. ТУ

5. Автор концепции «спирали молчания»:

- а. Э. Ноэль-Нойман
- б. М. К. Горшков
- в. А. В. Гарник
- г. В. А. Уледов
- д. Б. А. Грушин

6. К функциям, выполняемым общественным мнением в обществе не относятся:

- а. Стимулирующая, пропагандистская
- б. Манипулирующая, прогностическая
- в. Консультативная, контрольная

7. Субъектом общественного мнения в рамках плюралистического подхода является:

- а. Жители региона, коллектив, нация
- б. Народ
- в. Отдельный индивид

8. В 40-х годах 20 века институтом Гэллага был разработан:

- а. Гносеологический подход к изучению общественного мнения
- б. Онтологический подход к изучению общественного мнения
- в. Социологический подход к изучению общественного мнения
- г. Пятимерный план

9. Инструментально свойство общественного мнения, которое определяет сам факт наличия общественного мнения

- а. Свойство субъектной распространенности
- б. Свойство масштабности
- в. Свойство определенности
- г. Свойство интенсивности

10. Контент-анализ – это:

- а. Качественный анализ документов
- б. Количественный анализ документов
- в. Качественно-количественный анализ документов

Ключ к тестовым заданиям

1. Объектом общественного мнения может являться только то событие, явление, процесс, которые отвечают критериям:

в. Интерес, дискуссионность, информационная доступность

2. Выберите компоненты базисной структуры общественного мнения:

- б. Общественное суждение (социальная оценка)
- в. Общественная воля

3. Авторы психологического направления изучения общественного мнения:

б. Г. Тард, Г. Лебон

4. Этический кодекс проведения маркетинговых исследований, которым в своей работе руководствуются центры изучения общественного мнения:

б. Esomar

5. Автор концепции «спирали молчания»:

а. Э. Ноэль-Нойман

6. К функциям, выполняемым общественным мнением в обществе не относятся:

а. Стимулирующая, пропагандистская

7. Субъектом общественного мнения в рамках плюралистического подхода является:

а. Жители региона, коллектив, нация

8. В 40-х годах 20 века институтом Гэллага был разработан:

в. Социологический подход к изучению общественного мнения

9. Инструментальное свойство общественного мнения, которое определяет сам факт наличия общественного мнения

а. Свойство субъектной распространенности

19. Контент-анализ – это:

б. Количественный анализ документов

5.2. Типовой перечень терминов для терминологического диктанта (диктант включает 10 терминов)

железнодорожный тест	предвыборные опросы
знания	предоставления
каналы выражения общественного мнения	сдвиг последней минуты
коллектив	социальный контроль
манипулирование общественным мнением	социология общественного мнения
нация	спираль молчания
неофициальное общественное мнение	субъект общественного мнения
неформальное общественное мнение	субъекты общественного мнения
общественное мнение	управление общественным мнением
общественный интерес	формальное общественное мнение
общество	формирование общественного мнения
объект общественного мнения	функционирование общественного мнения
официальное общественное мнение	ценностные ориентации
оценки	электоральная
парадокс Ла Пьера	социология

5.3. Темы докладов

1. В. Хвостов и его вклад в отечественную социологию общественного мнения.
2. Социология общественного мнения в советский период. (Работы Б.Грушина, А. Уледова).
3. Санкт-Петербургская школа изучения общественного мнения.
4. Особенности национального общественного мнения.
5. Общественное мнение молодежи.
6. Роль элиты в формировании общественного мнения.
7. Природа общественного мнения: социологический подход.
8. Взаимодействие общественного мнения и власти.
9. СМИ как субъект общественного мнения.
10. Формирование общественного мнения в предвыборные периоды.
11. Законотворческая деятельность и общественное мнение.
12. Общественное мнение в различных сферах жизнедеятельности общества.
13. Общественное мнение и массовое сознание.
14. Общественное мнение в условиях формирования гражданского общества.
15. Общероссийские центры изучения общественного мнения.

16. Изучение общественного мнения в регионе.
17. Технологии изучения общественного мнения.
18. Международное общественное мнение.

5.4. Вопросы к экзамену

1. Предмет и социальная природа общественного мнения.
2. Общественное мнение как общественное явление.
3. Субъект и объект общественного мнения.
4. Этапы формирования общественного мнения.
5. Основные характеристики общественного мнения (оперативность, изменчивость, компетентность, дискуссионность).
6. Общественное мнение как фактор формирования гражданского общества.
7. Соотношение общественного мнения, общественного сознания, идеологии.
8. Понятие «Интерес» и «Потребность» в соотнесении с понятием «общественное мнение».
9. Средства формирования и выражения общественного мнения.
10. Роль коммуникации в функционировании общественного мнения.
11. Роль общественного мнения в различных видах социальной деятельности (реклама, политика, наука, образование и т.д.).
12. Методы сбора информации в исследовании общественного мнения.
13. Общественное мнение в социальном и государственном управлении.
14. Индивид, социальные группы, общество: их место и специфические роли в качестве субъектов общественного мнения.
15. Сущностная структура общественного мнения (рациональный, волевой, эмоциональный компонент).
16. Роль общественного мнения в реализации принципа социальной справедливости.
17. Особенности формирования общественного мнения на различных уровнях: коллектива, социальной группы, наций, класса, общества.
18. Преемственность и относительная самостоятельность в развитии общественного мнения.
19. Учет общественного мнения как направление развития демократии.
20. Двойственность общественного мнения (духовное и духовно-практическое явление).
21. Социальная база разнообразия мнений.
22. Общественное мнение в социальной сфере.
23. Мировое общественное мнение: формирование и функционирование.
24. Социологические методы при изучении общественного мнения.
25. Специфика общественного мнения молодежи как социально-демографической группы.
26. Функции общественного мнения.
27. Общественное мнение как средство социального контроля.
28. Способы формирования общественного мнения (внушение, убеждение, подражание, влияние авторитета и т.д.).
29. Управление и манипулирование общественным мнением.
30. Обусловленность общественного мнения конкретно – исторической системой общественных отношений.
31. Виды социологических исследований общественного мнения (разведывательное, описательное, аналитическое и др.).
32. Особенности формирования различных видов общественного мнения (официальное – неофициальное, формальное - неформальное).
33. Единство социологического и гносеологического подходов к анализу общественного мнения.

34. Влияние общественного мнения на развитие трудового коллектива и личности.
35. Социальная оценка как ведущий элемент структуры общественного мнения.
36. Изучение и учет общественного мнения в деятельности политических партий.
37. Взаимосвязь локальных, региональных и федеральных исследований общественного мнения, необходимость их координации.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
39.03.01 Социология
направленность (профиль) «Социология культуры»

(код, направление ,направленность (профиль))

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

Шифр дисциплины по РУП		Б1.В.ДВ.6.2	
Дисциплина		Социологические проблемы изучения общественного мнения	
Курс	4	семестр	1
Кафедра		Экономики, управления и социологии	
Ф.И.О. преподавателя, звание, должность		Вицентий И.В., к.с.н., доцент кафедры экономики, управления и социологии	
Общ. трудоемкость _{час/ЗЕТ}	108/3	Кол-во семестров	1
Форма контроля		экзамен	
ЛК _{общ./тек. сем.}	32/32	ПР/СМ _{общ./тек. сем.}	16/16
ЛБ _{общ./тек. сем.}	-	СРС _{общ./тек. сем.}	24/24

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы с беспристрастностью и научной объективностью (ОПК-3);
- способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб (ПК-5).

Код формируемой компетенции	Содержание задания	Количество мероприятий	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
<i>Вводный блок</i>				
Не предусмотрен				
<i>Основной блок</i>				
ОПК-3, ПК-5	Тест	2	20	В течение семестра
ОПК-3, ПК-5	Выступление с докладом	2	20	В течение семестра
ОПК-3, ПК-5	Терминологический диктант	2	20	В течение семестра
Всего:			60	
ОПК-3, ПК-5	Экзамен		1 вопрос - 20 2 вопрос - 20	По расписанию
Всего:			40	
Итого:			100	
<i>Дополнительный блок</i>				
ОПК-3, ПК-5	Подготовка конспекта		5	По согласованию с преподавателем
ОПК-3, ПК-5	Составление глоссария		5	По согласованию с преподавателем
ОПК-3, ПК-5	Участие в научно-исследовательских проектах и социально значимых мероприятиях университета		10	По согласованию с преподавателем
Всего:			20	

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы МАГУ: «2» - 60 баллов и менее, «3» - 61-80 баллов, «4» - 81-90 баллов, «5» - 91-100 баллов.