

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

«Утверждаю»
Заведующая кафедрой отечественной и
международной журналистики
 **Мансурова Б.С.**
«02» 09 2024 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Методика изучения аудитории и общественного мнения»

Направление подготовки - 42.04.02 «Журналистика»

Программа подготовки - «Культура и медиа»

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – магистратура

Год начала подготовки - 2024

1-й год обучения

ДУШАНБЕ 2024

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Методика изучения аудитории и общественного мнения»

№ п/п	Контролируемые разделы, темы*	Формируе мые компетен ции*	Индикаторы достижения компетенции *	Оценочные средства*	
				Количество тестовых заданий/ вопросов к экзамену/ зачету /зачету (с оценкой)	Другие оценочные средства
1.	Тема 1. Социологическая модель массовой коммуникации. Проблемы социологического анализа аудитории СМИ	ОПК-4	ИОПК-4.1. ИОПК-4.2.	2	Тематика для эссе
2.	Тема 2. Методика исследования аудитории. Традиционные и качественные социологические методы	ОПК-4	ИОПК-4.1. ИОПК-4.2.	2	Коллоквиум
3.	Тема 3. Способы измерения теле-, радиоаудитории. Общественное мнение как социальный феномен. Функции общественного мнения.	ОПК-4	ИОПК-4.1. ИОПК-4.2.	2	Кейс - задания
4.	Тема 4. Общественное мнение и СМИ: диалектика взаимодействия. Методы изучения общественного мнения в журналистике	ОПК-4	ИОПК-4.1. ИОПК-4.2.	2	Творческое задание, СРС
5.	Тема 5. Зарубежная практика изучения аудитории СМИ и общественного мнения. Западный опыт изучения общественного мнения	ОПК-4	ИОПК-4.1. ИОПК-4.2.	2	Кейс - задания
6.	Тема 6. Общественное мнение в России и Таджикистане: перспективы становления в качестве института гражданского общества	ОПК-4	ИОПК-4.1. ИОПК-4.2.	2	Творческое задание, СРС
7.	Тема 7. Общественное мнение и выборы (освещение в СМИ) на примере России, Таджикистана и др. стран мира	ОПК-4	ИОПК-4.1. ИОПК-4.2.	2	Презентация
8.	Тема 8. Использование в СМИ предвыборных технологий.	ОПК-4	ИОПК-4.1. ИОПК-4.2.	2	СРС

Презентация творческих проектов (исследований) о выборах в странах мира				
ВСЕГО:			16	

Приложение 6

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Тематика для эссе	Эссе - творческая работа, которая представляет собой оригинальное произведение объемом до 10 страниц текста (до 3000 слов). Эссе – это небольшая самостоятельная письменная работа студента, по предложенной преподавателем теме.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат
2.	Коллоквиум	Коллоквиум – это свободное собеседование педагогического работника с группой обучающихся, где превалирует обмен мнениями. В ходе коллоквиума обучающимся предоставляется возможность аргументированно высказать свою точку зрения по рассматриваемому вопросу. Также под коллоквиумом понимают форму контроля знаний обучающихся, проводимую в устной или письменной форме в виде ответов на контрольные вопросы, решения задач, а также тестового опроса.	Перечень тем для проведения коллоквиум
3.	Кейс - задания	Кейс-задание представляет собой специально подготовленный комплект учебных материалов, центральным элементом которого выступает практико-ориентированная задача, отражающая типичные обучающемуся предстоит иметь дело в дальнейшей профессиональной деятельности. Основным отличием кейса от иных практико-ориентированных заданий является то, что кейс чаще всего описывает имевшую место в действительности ситуацию. Использование кейс метода требует от обучающегося анализа предлагаемой для разрешения ситуации, вычленения имеющейся проблемы, поиск возможных путей ее решения, а также выбор и обоснование наиболее оптимального из них.	Тематика, требования и рекомендации по подготовке кейс-задания
4.	Самостоятельная работа студента	Свободное овладение учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. СРС включает в себя	Тематика заданий

		выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы, которые оцениваются по шкале «отлично» - «неудовлетворительно». Ответы представляются в письменной/устной форме, в зависимости от вида задания и представляются на практических занятиях.	
5.	Презентация	Оценочное средство, позволяющее оценить умение обучающихся анализировать, работать с большим количеством данных, в том числе мультимедийных, выделять среди них наиболее важное, тезисно и наглядно, используя различные медиа, представлять ключевые идеи, доносить до аудитории полноценную информацию о предмете, помочь составить целостное представление о нем.	Тематика, требования и рекомендации по подготовке презентации

Тематика для эссе

по дисциплине «Методика изучения аудитории и общественного мнения»

1. Тематика:

1. Роль и значение исследования аудитории в современном медиа-пространстве

- Влияние исследований аудитории на создание контента и медиа-стратегии.
- Как понимание аудитории помогает медиа-компаниям достигать своих целей.

2. Методы количественного и качественного исследования общественного мнения

- Сравнительный анализ методов, таких как опросы, фокус-группы и интервью.
- Преимущества и ограничения каждого подхода в изучении общественного мнения.

3. Влияние социальных медиа на общественное мнение: исследование методов

- Как социальные сети изменяют подходы к изучению общественного мнения.
- Анализ методов исследования общественного мнения через платформы социальных медиа (например, анализ больших данных, sentiment analysis).

4. Этические проблемы в исследовании общественного мнения

- Как гарантировать точность и честность в процессе сбора и анализа данных.
- Этические аспекты конфиденциальности и манипуляции результатами исследования.

5. Применение данных об аудитории в рекламе и маркетинге

- Как исследование аудитории помогает компаниям адаптировать рекламные стратегии.
- Роль исследования потребностей аудитории в создании успешных маркетинговых кампаний.

6. Роль фокус-групп в исследовании общественного мнения

- Методика проведения фокус-групп и ее применение в анализе восприятия продуктов или услуг.
- Преимущества и ограничения метода фокус-групп в сравнении с другими методами.

7. Влияние медиа на формирование общественного мнения: теория и практика

- Как различные формы медиа влияют на восприятие социальной реальности.
- Теоретические подходы к изучению воздействия медиа на общественное мнение.

8. Анализ общественного мнения и политическое поведение

- Как исследования общественного мнения могут влиять на политические процессы и выборы.
- Применение методик изучения общественного мнения в предвыборных кампаниях.

9. Интернет-опросы: возможности и ограничения как метода исследования

- Роль интернет-опросов в исследовании общественного мнения.
- Преимущества и проблемы, с которыми сталкиваются исследователи при проведении опросов онлайн.

10. Методика изучения аудитории в телевизионных и радио исследованиях

- Как изучение аудитории помогает телевизионным и радиокомпаниям создавать более привлекательный контент.
- Технологии и методики измерения аудитории в телевидении и радио.

11. Изучение общественного мнения как инструмент прогнозирования социальных изменений

- Как данные о восприятии общественности могут предсказать социальные и культурные тенденции.
- Использование исследований общественного мнения в социальном прогнозировании.

12. Методы сегментации аудитории в современных исследованиях

- Как сегментирование аудитории помогает медиакомпаниям ориентировать контент на различные группы.
- Применение методов сегментации аудитории в рекламе и политической коммуникации.

13. Трудности и возможности в анализе "кросс-культурного" общественного мнения

- Проблемы и подходы к исследованию общественного мнения в многонациональных и многокультурных обществах.
- Методы, применяемые для анализа культурных различий в восприятии медиа и информации.

14. Эволюция методов изучения аудитории: от традиционных опросов до Big Data

- Как изменились методы исследования аудитории с развитием технологий.
- Роль больших данных (Big Data) в современном исследовании аудитории.

15. Методы анализа общественного мнения и их применение в кризисных ситуациях

- Как правильно исследовать общественное мнение в условиях социальных и политических кризисов.
- Роль и ответственность исследователей общественного мнения в предсказании и реагировании на кризисы.

2. Требования к представлению и оформлению тематики для эссе:

- Эссе представляет собой рассуждения студента по теме. Студент должен быть способен выделить основную проблему, провести её анализ с использованием научной терминологии, научных концепций и методов. Эссе должно содержать авторские выводы по решению установленной проблемы. При этом эссе не предполагает полное раскрытие темы.

- Эссе - это творческая работа, которая не является рефератом и не должна носить описательный характер: значительную ее часть следует посвятить аргументированному представлению своей точки зрения обучающимися (с обязательными ссылками на первоисточники), критической оценке рассматриваемого материала и проблематики, что способствует раскрытию творческих и аналитических способностей обучающихся.

3. Критерии оценки:

- актуальность проблемы исследования и степень раскрытия заявленной темы;
- креативность и творческий подход при решении поставленных задач;
- способность обучающегося кратко и грамотно изложить суть заявленной проблемы, отразить полемику, существующую в научном мире по данному вопросу, аргументировать свои выводы и суждения.

Объём эссе – 2-5 страниц стандартного текста (шрифт – 14, интервал – 1,5).

Структурно эссе состоит из титульного листа, введения, основной части и заключения. Титульный лист должен содержать чёткое определение темы и указание на

автора. В введении кратко обосновывается выбор темы, автор должен кратко выразить собственное понимание проблемы. Основная часть содержит теоретические основы выбранной темы и её изложение. Ввиду особого характера и незначительного объёма эссе, его основная часть обычно не делится на параграфы, разделы, пункты. Но при необходимости автор может вводить заголовки и подзаголовки в основном тексте. Заключение должно содержать общие выводы по работе, отношение автора к проблеме (без эмоциональной окраски).

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задание полностью выполнено и оформлено в соответствии с требованиями;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание на 70% – не полностью соответствует указанным требованиям, требует доработки;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задание выполнено лишь частично, на 20-30%;
- оценка неудовлетворительно выставляется студенту, который не выполнил задание.

Перечень тем для коллоквиума
по дисциплине «Методика изучения аудитории и общественного мнения»

1. Тематика:

1. Основные методы исследования общественного мнения: опросы, интервью и фокус-группы

- Обсуждение различных методов сбора данных и их особенностей.
- Преимущества и ограничения каждого метода.

2. Анализ выборки и выбор методов сбора данных

- Как правильно выбирать целевую аудиторию для исследования.
- Типы выборок (случайная, стратифицированная и т.д.) и их влияние на результаты исследования.

3. Применение метода фокус-групп в исследовании общественного мнения

- Методика проведения фокус-групп.
- Преимущества и недостатки этого метода в сравнении с другими методами.

4. Роль массовых медиа в формировании общественного мнения

- Как медиа влияют на восприятие обществом различных социальных, политических и экономических явлений.
- Механизмы влияния медиа на общественное мнение.

5. Методы количественного исследования общественного мнения

- Особенности опросов и анкетирования.
- Влияние структуры вопросов на результаты исследования.

6. Методы качественного исследования общественного мнения

- Как использовать интервью и другие качественные методы для исследования общественного мнения.
- Применение контент-анализа в исследованиях.

7. Социальные сети как инструмент исследования общественного мнения

- Преимущества и ограничения использования социальных медиа для изучения общественного мнения.
- Методы анализа данных с социальных платформ.

8. Влияние политических и экономических факторов на общественное мнение

- Как различные социальные и экономические факторы влияют на восприятие общества.
- Роль политической обстановки в формировании мнений и предпочтений.

9. Техники анализа данных в исследовании общественного мнения

- Описание методов статистического анализа, используемых для обработки результатов опросов.
- Как интерпретировать результаты исследования общественного мнения.

10. Исследование потребительских предпочтений: методики и подходы

- Применение методик изучения аудитории в области маркетинга и рекламы.
- Методы определения потребностей и предпочтений аудитории.

11. Этические вопросы в исследовании общественного мнения

- Как избежать манипуляций с данными и обеспечить конфиденциальность участников исследований.
- Этические проблемы, связанные с выбором респондентов и сбором данных.

12. Анализ влияния культурных различий на общественное мнение

- Как культурные особенности влияют на восприятие информации.

- Применение методов межкультурного анализа в исследовании общественного мнения.
- 13. Методы исследования общественного мнения в условиях кризиса**
- Как изменяется общественное мнение в кризисные моменты (например, политические, экономические кризисы).
 - Специфика работы с общественным мнением в нестабильные периоды.
- 14. Роль Big Data в исследовании общественного мнения**
- Как большие данные могут помочь в более точном анализе общественного мнения.
 - Преимущества и вызовы использования Big Data для анализа социальных трендов.
- 15. Применение результатов исследования общественного мнения в политических кампаниях**
- Как политические партии и кандидаты используют данные о общественном мнении для корректировки своей стратегии.
 - Влияние общественного мнения на политические решения.
- 16. Измерение уровня доверия в обществе: методы и подходы**
- Как исследуют уровень доверия общества к государственным институтам, политическим партиям и медиа.
 - Проблемы и трудности при измерении доверия.
- 17. Использование научных данных для прогнозирования изменений в общественном мнении**
- Как на основе текущих данных прогнозировать изменения в общественном мнении.
 - Методы прогнозирования и их применимость.
- 18. Общие ошибки в проведении исследований общественного мнения и способы их предотвращения**
- Как избежать частых ошибок в разработке и проведении исследования общественного мнения.
 - Практические рекомендации по улучшению качества исследований.

2. Требования к представлению и оформлению коллоквиума:

Коллоквиум может проводиться в устной и письменной форме

- Устная форма. Ответы оцениваются одновременно в традиционной шкале ("неудовлетворительно" — "отлично"). Билеты содержат как теоретические вопросы, так и задачи практического характера. На коллоквиум выносится часть материала экзамена. Оценка за коллоквиум учитывается при выставлении финальной оценки за экзамен.
- Письменная форма. Состоит из двух. теоретических вопросов, предполагающих короткие ответы. трех задач практического характера.

3. Задачи коллоквиума.

Коллоквиум ставит следующие задачи:

- проверка и контроль полученных знаний по изучаемой теме;
- расширение проблематики в рамках дополнительных вопросов по данной теме;
- углубление знаний при помощи использования дополнительных материалов при подготовке к занятию;

- студенты должны продемонстрировать умения работы с различными видами исторических источников;
- формирование умений коллективного обсуждения (поддерживать диалог в микрогруппах, находить компромиссное решение, аргументировать свою точку зрения, умение слушать оппонента, готовность принять позицию другого учащегося).

4. Этапы проведения коллоквиума.

1. Подготовительный этап:

- Формулирование темы и проблемных вопросов для обсуждения;
- Предоставление списка дополнительной литературы;
- Постановка целей и задач занятия;
- Разработка структуры занятия;
- Консультация по ходу проведения занятия.

2. Начало занятия:

- Подготовка аудитории: поскольку каждая микрогруппа состоит из 5-7 студентов, то парты нужно соединить по две, образовав квадрат, и расставить такие квадраты по всему помещению.
- Комплектация микрогрупп.
- Раздача вопросов по заданной теме для совместного обсуждения в микрогруппах.

3. Подготовка учащихся по поставленным вопросам.

4. Этап ответов на поставленные вопросы:

- В порядке, установленном преподавателем, представители от микрогрупп зачитывают выработанные, в ходе коллективного обсуждения, ответы;
- студенты из других микрогрупп задают вопросы отвечающему, комментируют и дополняют предложенный ответ;
- Преподаватель регулирует обсуждения, задавая наводящие вопросы, корректируя неправильные ответы (важно, чтобы преподаватель не вмешивался напрямую в ход обсуждения, не навязывал собственную точку зрения);
- После обсуждения каждого вопроса необходимо подвести общие выводы и логично перейти к обсуждению следующего вопроса (важно вопросы распределить таким образом, чтобы ответы микрогрупп чередовались);
- После обсуждения всех предложенных вопросов преподаватель подводит общие выводы.

5. Итог:

- Преподаватель должен соотнести цели и задачи данного занятия и итоговые результаты, которых удалось добиться;
- Заключительный этап суммирует все достигнутое с тем, чтобы дать новый импульс для дальнейшего изучения и решения обсуждавшихся вопросов (в рамках одного занятия невозможно решить все поставленные проблемы, одна из задач подобного вида занятий, спровоцировать интерес к обсуждаемым проблемам);

- Преподаватель должен охарактеризовать работу каждой микрогруппы, выделить наиболее грамотные и корректные ответы учащихся.

6. Критерии оценки:

- Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если демонстрируются: глубокое и прочное усвоение программного материала полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания, свободное владение материалом, правильно обоснованные принятые решения.

- Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если демонстрируются: знание программного материала грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний; владение необходимыми навыками при выполнении практических задач.

- Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если демонстрируются: усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе даются недостаточно правильные формулировки, нарушается последовательность в изложении программного материала, имеются затруднения в выполнении практических заданий.

- Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если демонстрируются: незнание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практических работ.

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»

Кафедра отечественной и международной журналистики

Темы для кейс-задания

по дисциплине «Методика изучения аудитории и общественного мнения»

1. Тематика:

1. Анализ общественного мнения в предвыборный период

- **Задание:** Разработайте план исследования общественного мнения для политической партии, которая готовится к выборам. Какие методы сбора данных вы выберете (опросы, интервью, фокус-группы)? Как обеспечите репрезентативность выборки и точность полученных данных?
- **Цель:** Разработать стратегию, которая поможет партии лучше понять предпочтения избирателей и адаптировать свою предвыборную программу.

2. Изучение восприятия нового продукта на рынке

- **Задание:** Вам поручено исследовать восприятие нового продукта на рынке с помощью фокус-групп. Как вы организуете это исследование? Какие вопросы будут заданы участникам? Как будете анализировать полученные данные?
- **Цель:** Оценить восприятие аудитории и выявить потенциальные проблемы или возможности для улучшения продукта.

3. Влияние социальных сетей на общественное мнение по важным вопросам

- **Задание:** Проанализируйте, как обсуждения в социальных сетях (например, Twitter, Facebook) влияют на общественное мнение по актуальному социальному вопросу (например, изменение климата, права человека, выборы). Какие методы исследования вы используете для сбора и анализа данных из социальных сетей?
- **Цель:** Понять, как социальные сети влияют на мнение аудитории и как эти данные могут быть использованы в дальнейшем для прогнозирования общественных настроений.

4. Изучение отношения аудитории к бренду в условиях кризиса

- **Задание:** Вам нужно провести исследование отношения аудитории к бренду, который оказался в центре PR-кризиса (например, проблемы с качеством продукта, скандал с участием руководства). Какие методы вы используете для изучения изменений в общественном мнении о бренде? Как провести анализ посткризисной репутации бренда?
- **Цель:** Определить, как кризис повлиял на имидж бренда и какие шаги нужно предпринять для восстановления репутации.

5. Оценка эффективности рекламной кампании с помощью опроса аудитории

- **Задание:** Вам поручено провести исследование для оценки эффективности рекламной кампании. Какие вопросы вы включите в опрос для измерения восприятия рекламы? Как вы будете интерпретировать результаты? Какие данные важны для оценки успеха кампании?
- **Цель:** Оценить, насколько рекламная кампания повлияла на осведомленность и предпочтения целевой аудитории.

6. Изучение влияния медиа на общественное мнение по теме социальной политики

- **Задание:** Проанализируйте, как медиа (ТВ, радио, интернет) освещают важный социальный вопрос (например, повышение пенсионного возраста, доступность здравоохранения). Как вы проведете исследование общественного мнения по этому вопросу? Какие методы используете для сбора данных и анализа восприятия?

- **Цель:** Оценить роль медиа в формировании общественного мнения и предложить рекомендации для улучшения освещения данного вопроса.
- 7. Разработка анкеты для исследования общественного мнения о государственном реформировании**
- **Задание:** Разработайте анкету для исследования общественного мнения по поводу предложенных государственных реформ (например, реформы в области образования, здравоохранения или налогообложения). Какие вопросы вы включите в анкету и почему? Какой метод сбора данных наиболее эффективен для данного исследования?
 - **Цель:** Разработать инструменты для сбора и анализа общественного мнения, а также научиться выявлять предпочтения и недовольства аудитории.
- 8. Оценка уровня доверия населения к государственным институтам**
- **Задание:** Проведите исследование для измерения уровня доверия населения к ключевым государственным институтам (например, правительство, парламент, суды). Какие методы вы будете использовать для сбора данных, и какие факторы будут учитываться при анализе результатов?
 - **Цель:** Понять, как уровень доверия влияет на общественное мнение и предложить рекомендации для улучшения отношений между государством и гражданами.
- 9. Исследование восприятия бренда в разных возрастных группах**
- **Задание:** Проведите исследование восприятия одного бренда среди разных возрастных групп (например, молодежь, взрослые, пожилые люди). Какие методы исследования вы будете использовать и какие факторы влияния на восприятие бренда наиболее важны для каждой группы?
 - **Цель:** Оценить, как различные возрастные группы воспринимают бренд и какие маркетинговые стратегии могут быть эффективными для каждой из них.
- 10. Анализ данных о потребительских предпочтениях с помощью Big Data**
- **Задание:** Используя данные о поведении потребителей (например, покупки онлайн, отзывы, запросы в поисковых системах), проведите исследование потребительских предпочтений в определенной отрасли (например, модная индустрия). Какие методы анализа данных вы используете для выявления основных трендов?
 - **Цель:** Оценить, как большие данные могут помочь в анализе потребительских предпочтений и трендов на рынке.

2. Требования к представлению и оформлению кейс-задания:

Метод кейсов - это метод анализа практической ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс умений и знаний, которые необходимо освоить и усвоить при разрешении данной проблемы.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

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

Кейсы могут быть представлены обучающимся в самых различных видах: печатном, в том числе с применением нетекстового материала (наглядные приложения: схемы, графики, таблицы, фотографии), видео, аудио, мультимедиа.

3. Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент грамотно и логически правильно излагает мысли; безупречно владеет инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач; полное и глубокое усвоение основной литературы,
- оценка «хорошо» ставится если студент имеет достаточно полные и систематизированные знания; умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; средний уровень сформированности заявленных компетенций.
- оценка «удовлетворительно» ставится за достаточный минимальный объем знаний; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; владение инструментарием, умение его использовать в решении типовых задач; достаточный минимальный уровень сформированности заявленных компетенций;
- оценка «неудовлетворительно» присуждается если студент не умеет использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень сформированности заявленных компетенций.

**Самостоятельная работа студента
по дисциплине «Методика изучения аудитории и общественного мнения»**

1. Тематика

1. Анализ общественного мнения в предвыборный период

- **Задание:** Разработайте план исследования общественного мнения для политической партии, которая готовится к выборам. Какие методы сбора данных вы выберете (опросы, интервью, фокус-группы)? Как обеспечите репрезентативность выборки и точность полученных данных?
- **Цель:** Разработать стратегию, которая поможет партии лучше понять предпочтения избирателей и адаптировать свою предвыборную программу.

2. Изучение восприятия нового продукта на рынке

- **Задание:** Вам поручено исследовать восприятие нового продукта на рынке с помощью фокус-групп. Как вы организуете это исследование? Какие вопросы будут заданы участникам? Как будете анализировать полученные данные?
- **Цель:** Оценить восприятие аудитории и выявить потенциальные проблемы или возможности для улучшения продукта.

3. Влияние социальных сетей на общественное мнение по важным вопросам

- **Задание:** Проанализируйте, как обсуждения в социальных сетях (например, Twitter, Facebook) влияют на общественное мнение по актуальному социальному вопросу (например, изменение климата, права человека, выборы). Какие методы исследования вы используете для сбора и анализа данных из социальных сетей?
- **Цель:** Понять, как социальные сети влияют на мнение аудитории и как эти данные могут быть использованы в дальнейшем для прогнозирования общественных настроений.

4. Изучение отношения аудитории к бренду в условиях кризиса

- **Задание:** Вам нужно провести исследование отношения аудитории к бренду, который оказался в центре PR-кризиса (например, проблемы с качеством продукта, скандал с участием руководства). Какие методы вы используете для изучения изменений в общественном мнении о бренде? Как провести анализ посткризисной репутации бренда?
- **Цель:** Определить, как кризис повлиял на имидж бренда и какие шаги нужно предпринять для восстановления репутации.

5. Оценка эффективности рекламной кампании с помощью опроса аудитории

- **Задание:** Вам поручено провести исследование для оценки эффективности рекламной кампании. Какие вопросы вы включите в опрос для измерения восприятия рекламы? Как вы будете интерпретировать результаты? Какие данные важны для оценки успеха кампании?
- **Цель:** Оценить, насколько рекламная кампания повлияла на осведомленность и предпочтения целевой аудитории.

6. Изучение влияния медиа на общественное мнение по теме социальной политики

- **Задание:** Проанализируйте, как медиа (ТВ, радио, интернет) освещают важный социальный вопрос (например, повышение пенсионного возраста, доступность здравоохранения). Как вы проведете исследование общественного мнения по этому вопросу? Какие методы используете для сбора данных и анализа восприятия?

- **Цель:** Оценить роль медиа в формировании общественного мнения и предложить рекомендации для улучшения освещения данного вопроса.
- 7. Разработка анкеты для исследования общественного мнения о государственном реформировании**
- **Задание:** Разработайте анкету для исследования общественного мнения по поводу предложенных государственных реформ (например, реформы в области образования, здравоохранения или налогообложения). Какие вопросы вы включите в анкету и почему? Какой метод сбора данных наиболее эффективен для данного исследования?
 - **Цель:** Разработать инструменты для сбора и анализа общественного мнения, а также научиться выявлять предпочтения и недовольства аудитории.
- 8. Оценка уровня доверия населения к государственным институтам**
- **Задание:** Проведите исследование для измерения уровня доверия населения к ключевым государственным институтам (например, правительство, парламент, суды). Какие методы вы будете использовать для сбора данных, и какие факторы будут учитываться при анализе результатов?
 - **Цель:** Понять, как уровень доверия влияет на общественное мнение и предложить рекомендации для улучшения отношений между государством и гражданами.
- 9. Исследование восприятия бренда в разных возрастных группах**
- **Задание:** Проведите исследование восприятия одного бренда среди разных возрастных групп (например, молодежь, взрослые, пожилые люди). Какие методы исследования вы будете использовать и какие факторы влияния на восприятие бренда наиболее важны для каждой группы?
 - **Цель:** Оценить, как различные возрастные группы воспринимают бренд и какие маркетинговые стратегии могут быть эффективными для каждой из них.
- 10. Анализ данных о потребительских предпочтениях с помощью Big Data**
- **Задание:** Используя данные о поведении потребителей (например, покупки онлайн, отзывы, запросы в поисковых системах), проведите исследование потребительских предпочтений в определенной отрасли (например, модная индустрия). Какие методы анализа данных вы используете для выявления основных трендов?
 - **Цель:** Оценить, как большие данные могут помочь в анализе потребительских предпочтений и трендов на рынке.

2. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы:

- ✓ грамотное применение определений, понятий, терминов и др.;
- ✓ логическая последовательность в изложении материала;
- ✓ обоснованность выводов;
- ✓ самостоятельность и оригинальность в изложении материала;
- ✓ текст конспекта должен оформляться с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации.

3. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

- **Оценка «Отлично»** - Студентом задание выполнено самостоятельно и своевременно; материал изложен последовательно и рационально. Даны полные ответы на все поставленные вопросы, сформулированы и полностью обоснованы собственные оценки, выводы и комментарии.

- **Оценка «Хорошо»** - Студентом задание выполнено своевременно, но недостаточно самостоятельно, с подсказкой преподавателя. Материал изложен последовательно и рационально; даны ответы на все поставленные вопросы, сформулированы собственные оценки, выводы и комментарии, но их обоснование неполно.
- **Оценка «Удовлетворительно»** - Студентом задание решено несвоевременно, недостаточно самостоятельно, с подсказками преподавателя; материал изложен недостаточно последовательно и рационально. Даны ответы не на все поставленные вопросы, слабо сформулированы собственные оценки, выводы и комментарии.
- **Оценка «Неудовлетворительно»** - Студентом задание не выполнено.

Презентация

по дисциплине «Методика изучения аудитории и общественного мнения»

1. Тематика:

1. Методы исследования общественного мнения: количественные и качественные подходы

- Обзор основных методов, таких как опросы, интервью, фокус-группы и контент-анализ.
- Сравнение количественных и качественных методов, их сильные и слабые стороны.

2. Фокус-группы как метод исследования общественного мнения

- Процесс организации фокус-групп.
- Преимущества и недостатки фокус-групп по сравнению с другими методами.
- Примеры успешных исследований, проведенных с помощью фокус-групп.

3. Опросы и анкеты: разработка и проведение исследования

- Этапы разработки анкеты для исследования общественного мнения.
- Виды опросов (онлайн, телефонные, личные интервью).
- Проблемы и ошибки, с которыми сталкиваются исследователи при проведении опросов.

4. Анализ данных из социальных сетей для изучения общественного мнения

- Роль социальных медиа в формировании общественного мнения.
- Инструменты анализа социальных сетей (например, анализ настроений, трендов).
- Примеры успешного использования данных социальных сетей в исследованиях.

5. Применение контент-анализа в изучении общественного мнения

- Основы контент-анализа: что это такое и как он работает.
- Методы кодирования и анализа текстовых данных.
- Применение контент-анализа для исследования общественного мнения в СМИ.

6. Использование Big Data в исследованиях общественного мнения

- Что такое Big Data и как он применяется в социальных исследованиях.
- Инструменты и технологии для анализа больших данных.
- Примеры успешного применения Big Data для изучения общественного мнения.

7. Методы анализа настроений в исследованиях общественного мнения

- Как анализ настроений используется для изучения отношения к политическим событиям, брендам или социальным вопросам.
- Применение искусственного интеллекта и машинного обучения в анализе настроений.
- Примеры анализа настроений в социальных медиа.

8. Оценка репрезентативности выборки в исследованиях общественного мнения

- Что такое репрезентативность выборки и как ее обеспечить.
- Методы и ошибки, связанные с выбором правильной выборки для исследования.
- Как ошибка выборки может повлиять на результаты исследования.

9. Этика в исследованиях общественного мнения

- Этические принципы при проведении исследований (защита данных, конфиденциальность, информированное согласие).
- Примеры этических проблем в реальных исследованиях общественного мнения.

- Как обеспечить этичность при использовании методов анализа социальных медиа.
- 10. Использование количественного анализа для исследования потребительского поведения**
- Как с помощью опросов и интервью можно исследовать поведение и предпочтения потребителей.
 - Применение статистических методов для анализа данных.
 - Как сделать выводы о потребительских предпочтениях на основе данных.
- 11. Политические исследования общественного мнения: методы и примеры**
- Как изучать политические предпочтения избирателей.
 - Роль опросов и фокус-групп в политических исследованиях.
 - Примеры успешных исследований, повлиявших на политические решения.
- 12. Социологические методы в исследовании общественного мнения**
- Введение в социологические подходы к изучению общественного мнения.
 - Особенности применения социологических исследований в разных странах.
 - Примеры крупных социологических опросов и их влияние на общественные процессы.
- 13. Анализ публичных кампаний с помощью методов изучения общественного мнения**
- Как проводить исследования для оценки эффективности рекламных и PR-кампаний.
 - Методы анализа общественного мнения до и после кампаний.
 - Примеры использования исследований для улучшения коммуникационных стратегий.
- 14. Роль медиа в формировании общественного мнения**
- Как традиционные и новые медиа влияют на восприятие общественных вопросов.
 - Влияние новостей и СМИ на общественные настроения.
 - Примеры исследований, которые показывают связь медиа и общественного мнения.

2. Характеристика задания:

– Компьютерная презентация – документ, подготовленный в соответствующей программе, с мультимедийным содержанием, являющийся одним из популярных способов эффективного представления информации в условиях аудиторной системы, предназначенный для отображения на большом экране – через проектор либо телевизионный экран большого размера, чей показ управляется пользователем. «Цель презентации – донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме. Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно всё вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является её интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления» (*Википедия*).

– В презентациях должны быть тезисно отражены ключевые идеи, положения указанных выше теорий коммуникации, а также краткая информация об их авторах (годы жизни, страна, специализация, труды, достижения...). Устная составляющая презентации призвана более полно и ясно раскрывать для

аудитории то, что отражено на слайдах, должна содержать авторские комментарии относительно того или иного научного тезиса и выводы относительно анализируемой теории в целом.

3. Ожидаемый (е) результат(ы):

Задание призвано развить у обучающихся критическое и аналитическое мышление, умение понимать и анализировать различные виды текстов, прежде всего научных, умение работать с большим количеством данных, в том числе мультимедийных, выделять среди них наиболее важное, тезисно и наглядно, используя различные медиа, представлять ключевые идеи, доносить до аудитории полноценную информацию о предмете, помочь составить целостное представление о нем, грамотно и логично излагать собственные мысли, суждения, рассуждения и вместе с тем способствовать более глубокому пониманию и усвоению ключевых идей, тем, проблем изучаемого курса.

4. Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если задание полностью выполнено и оформлено в соответствии с требованиями;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если задание выполнено на 60-80% – не полностью соответствует указанным требованиям, требует доработки;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание выполнено лишь частично, на 35-50%;
- оценка неудовлетворительно выставляется обучающемуся, который не выполнил задание.

Составитель:

К.ф.н., доцент



Куватова А.А.