

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»

Кафедра Социально-политических наук

ДИСЦИПЛИНА

Прогнозирование и планирование социальных отношений

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Направление подготовки	Реклама и связи с общественностью 42.03.01
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очное
Составитель:	доцент С.Н.Антонов

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры СПН
(протокол № _____ от _____)

Зав. кафедрой _____ (Чернов С.А.)

Содержание:

1. Введение
2. План самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям
3. Список литературы
4. Интернет-ресурсы

1. Введение

Целями освоения дисциплины являются: создание развернутого представления о теоретических и методологических подходах к социальному прогнозированию и планированию

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

изучением теории и методов социального прогнозирования, выработкой навыков построения прогнозов, овладением профессиональной терминологией, освоением методов разработки стратегий и планирования политических кампаний, и осуществления политической экспертизы.

2. План самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям

№ п/п	Наименование темы занятия	Содержание темы
1.	Раздел 1. Предмет теории социальных отношений.	Формы социальной организации и социальные взаимодействия как объект изучения. Базовые понятия теории социальных отношений. Социология и другие науки об обществе. Внутридисциплинарная структура социологии (уровни и отрасли) Функции социологии. Иерархия социологического знания: общая теория, частная теория, эмпирические исследования, прикладные исследования. Объект и предмет теории социальных отношений. Социологический и экономический подходы: сходство и различия.
2.	Раздел 2. Общенаучные методы в теории социальных отношений. Методы социологии.	Теоретические методы социологии: позитивизм, материализм, метод понимающей социологии, символический интеракционизм, структурный функционализм, феноменологический метод, этнометодология. Программа и основные этапы эмпирического социологического исследования. Теоретическая модель предмета исследования. Понятие выборки исследования. Формулировка проблемы исследования, объект и предмет исследования. Цель и задачи исследования. Уточнение и интерпретация основных понятий – способ перехода от теории к эмпирическому измерению. Формулировка социологической гипотезы. Операционализация. Методы сбора информации: опросы, наблюдения, анализ документов. Требования к анкетированию и интервьюированию. Почтовые, телефонные и личные опросы. Фокусированное интервью. Использование фокусированного интервью в маркетинговых исследованиях. Типы наблюдений. Контент-анализ. Роль эксперимента в социологическом исследовании.
3.	Раздел 3.	Действие как единица деятельности. Деятельность и

	Социальное действие и социология личности.	социальное поведение. Концепция социальных действий М. Вебера. Диспозиционная концепция и структура личности. Биосоциальная природа человека. Понятие личности как социальной характеристики человека. Взаимоотношения общества и личности. Марксистская, фрейдистская, ролевая и поведенческая концепция личности. Рассогласование сознания и действий.
4.	Раздел 4. Социальные взаимодействия и коммуникации	Социальные статусы. Социальная роль. Статусный и ролевой набор. Идентификация с ролью и статусом. Ролевой конфликт, формы разрешения. Формы социального взаимодействия: кооперация, конкуренция, конфликт. Взаимодействие как социальный обмен: теория Дж. Хоманса. Теория интеракционизма Дж. Мида. . Понятие и виды коммуникации: массовая, межличностная, организационная, групповая. Невербальная коммуникация. Модель коммуникационного процесса Г. Лассуэла, Воздействие массовой коммуникации.
5	Раздел 5. Социализация и социальный контроль	Понятие и сущность социализации. Механизм и этапы социализации. Первичная и вторичная социализация. З. Фрейд, Т. Парсонс, Г. Тард и Ж. Пиаже, Дж. Г. Мид о социализации. Агенты социализации. Семья как институт первичной социализации. Первичная и вторичная социализация. Феномен десоциализации и ресоциализации. Специфика социализации в российском обществе. Функции социального контроля. Индивид и социальная группа как исходные элементы контроля. Механизм социального контроля. Социальные санкции. Самоорганизация как фактор повышения общественного контроля в современном обществе.
6	Раздел 6. Социальная структура общества.	Социальное неравенство. Классификация социальных ассоциаций. Социальные группы. Малая группа, ее форма и структура. Социальные агрегаты. Публика, Толпа. Социальные категории. Класс. Природа класса в теории К. Маркса. Подход М. Вебера к стратификации. Современные изменения в классовой структуре. Динамика структуры "среднего класса". "Средний класс" в России. Социальные страты. Исторические типы стратификации. Классификация социальной мобильности. Групповая и индивидуальная мобильность. Интергенерационная и интрагенерационная мобильность. Вертикальная и горизонтальная мобильность. Социальные лифты. Открытое и закрытое общество. Профессиональные и экономические категории и группы: менеджеры, предприниматели, наемные работники. Этнические и конфессиональные общности и этнические конфликты.

7	Раздел 7. Социальное неравенство.	Понятие общества. Специфика общества как социальной системы. Т. Парсонс о социальной системе. Социологические теории общества: Г. Зиммель о взаимодействии индивидов; Теория "социальных групп" Ф. Знанецкого. "Сетевая" теория общества. Элементы общества и его целостность. Сферы и институты общества. Взаимовлияние сфер общества. Типология и функции социальных институтов. Язык, образование, средства массовой информации и коммуникации, государство и политические институты, экономические институты. Функционирование институтов тоталитарного и гражданского общества.
8	Раздел 8. Социологический аспект экономической сферы жизнедеятельности общества.	Историческое изменение роли экономики в обществе. Хозяйство и социальные отношения и процессы. Экономические действия как разновидность социальных действий (теории М. Вебера, Т. Парсонса). Экономика как подсистема социальной системы. Социальные регуляторы экономики. М. Вебер о влиянии религии на становление капиталистических отношений. Представители немецкой исторической школы политэкономии (В. Рошер, Р. Штаммлер) о социальных регуляторах экономики. Социальный механизм развития экономики.
9	Раздел 9. Социология организаций и управления	Организация как форма социальной общности. Основные признаки организации. Социологические теории организации. Основные понятия социологии организации. Естественная и искусственная организации. Формальная и неформальная организация. Персонал организации. Организационная культура. Социальные основания классической школы научного управления у М. Вебера и его теория бюрократии. Современные формы бюрократии. Школа человеческих отношений. Социология системного подхода в управлении. Структурно-функциональная концепция организации Т. Парсонса. Коммуникации в организации. Организационные конфликты. Позиции личности в организации и социальные аномии по Р. Мертону. Организационные изменения. Управление организациями. Власть и авторитет. Лидерство и стиль руководства. Дисфункции управления. Формальные и неформальные отношения и структуры в организации. Организационная культура. Типы организационных культур. Корпоративная культура. Уровни корпоративной идентификации и интеграции по Д. Истону.
10	Раздел 10. Проблемы занятости и рынка	Понятия занятости и рынка труда. Теория занятости в новой экономической социологии (М. Грановеттер). Основные черты занятости в социально ориентированной рыночной экономике.

	труда в современном российском обществе	Мировые тенденции на рынке труда. Квалификация и уровень образования как решающий фактор развития общества. Особенности российской занятости и безработицы. Неформальная занятость. Службы занятости и их роль. Динамика социально-профессиональной структуры. Специфика социальных групп на рынке труда. Проблемы молодежной занятости и безработицы. Роль социолога в решении проблем занятости и рынка труда.
11	Раздел 11. Социология потребления.	Потребительское поведение как вид экономического поведения. Мотивация потребительского поведения. Принятие решения о покупке. Факторы, влияющие на принятие решения. Поведение во время и после совершения покупки. Приверженность потребителя марке. Понятие бренда. Социологический аспект маркетинга: изучение потребительских ожиданий и приоритетов. Метод фокусированного интервью. Реклама, стимулирование сбыта и PR. Позиционирование. Проведение рекламной и BTL и PR-кампаний.
12	Раздел 12. Социальные аспекты интеграции России в мировую экономику.	Глобализация социальных процессов. Проблемы интеграции России в общемировую экономическую систему. Социокультурные особенности развития российского общества и экономики. Социальное расслоение и неравенство. Социология криминальной и теневой экономики. Виртуализация экономики. Место науки и образования в новом российском обществе.

"Перечень вопросов по оценке сформированности компетенций образовательной программы"

КОД КОМПЕТЕНЦИИ ПК-22

1. Социальная система характеризуется:

- а) социальной сплоченностью;
- б) социальным статусом;
- в) социальной структурой;
- г) социальным конфликтом.

2. Социальная структура характеризуется:

- а) горизонтальной упорядоченностью;
- б) вертикальной упорядоченностью;

- в) горизонтальной и вертикальной упорядоченностью;
- г) отсутствием упорядоченности.

3. Первичные социальные группы характеризуются:

- а) половозрастными особенностями;
- б) профессионально-квалификационными особенностями;
- в) социально-экономическими особенностями;
- г) эмоционально-психологическими особенностями.

4. Социальная стратификация выражает:

- а) социальную адаптацию;
- б) социальную дифференциацию;
- в) социальную интеграцию;
- г) социальную конфронтацию.

5. Определенный социальный слой, выделяемый в иерархическом делении общества по уровню дохода, престижу, власти, образованию, виду деятельности, называют:

- а) социальной группой;
- б) социальной общностью;
- в) социальной категорией;
- г) социальным классом.

КОД КОМПЕТЕНЦИИ ПК-5

6. Одной из характеристик особенностей социальной стратификации конкретного общества выступает:

- а) критерий стратификации;
- б) основа стратификации;
- в) профиль стратификации;
- г) роль стратификации.

7. К открытому историческому типу стратификации относится:

- а) кастовое общество;
- б) классовое общество;
- в) рабство;
- г) сословное общество.

8. Маргинальные слои населения характеризуются:

- а) высоким социальным статусом;
- б) неопределенным социальным статусом;
- в) низким социальным статусом;
- г) отсутствием социального статуса.

9. Старение нации является характерной особенностью социальной структуры:

- а) только российского общества;
- б) всех современных обществ;
- в) ряда современных стран;
- г) только постсоветских стран.

10. Основой стабильности и устойчивого социально-экономического развития современных развитых стран выступает:

- а) высший слой общества;
- б) низший слой общества;
- в) олигархический слой общества;
- г) средний слой общества.

3. Список литературы

а) основная литература:

Скрябина, Л. И. Экономическая социология [Электронный ресурс] : учебное пособие / Скрябина Л. И. - Новосибирск : Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), 2016. - 85 с. - ISBN 978-5-7795-0795-0 : Б. ц.

б) дополнительная литература:

1. Полуэхтова, И. А. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : курс лекций / Полуэхтова И. А. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2013. - 108 с. - ISBN 978-5-98079-859-8 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
2. Карадже, Т. В. Методология исследования политического. Основные подходы и направления [Электронный ресурс] : коллективная монография / Карадже Т. В. - Москва : Прометей, Московский педагогический государственный университет, 2013. - 194 с. - ISBN 978-5-7042-2398-6 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
3. Демин, Д. Корпоративная культура [Текст] : десять самых распространенных заблуждений / Демин Д. - Москва : Альпина Паблшер, 2016. - 137 с. - ISBN 978-5-9614-1147-8 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

4. Интернет-ресурсы

Наименование ресурса	Адрес
PR в России: всероссийский научно-популярный журнал	http://rupr.ru/
Библиотека Екатерины Алеевой: журналистика, реклама, PR	http://www.eartist.narod.ru/journ.htm
Бренд, PR-технологии, теория маркетинга и услуг	http://marketingist.ru