

Исследование общественного мнения

Доцент департамента социологии,
истории и философии,
кандидат психологических наук, доцент
Орлова Елена Александровна

Эксперимент и фокус-группа, их применение в исследовании общественного мнения, рекламе и PR Часть 1.

Учебные вопросы:

1. Эксперимент как вид исследования общественного мнения.
2. Разработка и обоснование проведения эксперимента для бренда.

Литература:

1. Гаджиев, К. С. Политическая социология : учебное пособие для академического бакалавриата / К. С. Гаджиев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433747> (дата обращения: 19.12.2019). - Текст : электронный.
2. Елисеев, С. М. Политическая социология : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. М. Елисеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 412 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433207> (дата обращения: 19.12.2019). — Текст : электронный.
3. Лавриненко, В.Н. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебник для бакалавров / В. Н. Лавриненко, Л. М. Путилова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 251 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс) - URL: <https://www.biblioonline.ru/bcode/426173> (дата обращения: 19.12.2019). - Текст : электронный.

Задание (с 26.03)

1. Выберите одну из тем, которая актуальна для Вас лично или для определенной социальной группы:
 - пандемия коронавируса
 - изменения в Конституции РФ
 - протестные движения в России
 - др. темы
2. Определитесь, какой вид наблюдения (включенное, невключенное, полевое, лабораторное и др.) стоит использовать для исследования общественного мнения по этой теме (см. материалы выше, а также [презентацию лекции](#)).
3. Разработайте **бланк наблюдения** по выбранной Вами теме. В качестве примера можете взять [этот](#).

Результаты Вашей работы изложите в виде файла или оформите в презентации.

Время на выполнение – до 18.00 26 марта 2020г.

Темы выступлений:

1. Эксперимент как метод исследования в рекламе и PR.
2. Особенности использования фокус-групп в рекламе и PR.
3. Требования к составу фокус-группы.

- **ЭКСПЕРИМЕНТ** – управляемый процесс изменения одной или нескольких независимых переменных для измерения их влияния на одну или несколько зависимых переменных при условии исключения влияния посторонних факторов
- **ЭКСПЕРИМЕНТ** – манипулирование независимыми переменными с целью определения степени их влияния на зависимые переменные при сохранении контроля за влиянием других, не изучаемых параметров

Пример [MENTOS](#)

Пример [Domestos](#)

Пример [BonAqua](#)

Пример [Tide](#)

Задание

1. Выберите одну из ниш бизнеса:
 - ресторанный бизнес и т.п.
 - спортивная одежда
 - продукты питания
 - высшее образование
 - др. ниши
1. Определитесь, какой именно бренд Вы будете представлять или изучать (можно работать 1 или 2 человека) .
2. Разработайте **предложения по проведению или использованию эксперимента в интересах этого бренда и по дальнейшему использованию результатов этого эксперимента в рекламе и PR:**

Результаты Вашей работы изложите в виде презентации.

Время на выполнение – 40 мин.

За 30 мин до конца занятия - доклад с показом презентации!

Темы выступлений на следующее занятие: Доклады:

1. Методики оценки результатов фокус-групп.
2. Лабораторный эксперимент + пример
3. Полевой эксперимент + пример
4. Натурный эксперимент + пример
5. Естественный, обучающий и производственный эксперименты + примеры.
6. Исторический эксперимент + пример
7. Социальный эксперимент + пример
8. Методика проведения эксперимента.

Добреньков В. И., Кравченко А. И. Фундаментальная социология в 15 тт

Задание: разработать гайд (+гипотеза) для проведения фокус-группы

Примечание: каждый студент может выбрать любую тему из предложенных выше и подготовить презентацию по ней. Эта работа будет оценена в ведомости промежуточной аттестации (от 1 до 2

1. Какие существуют виды эксперимента?
2. Когда применяется эксперимент в исследовании общественного мнения?
3. Какие есть сложности при создании инструментария для эксперимента?

1. Задание по этому ПЗ принимаю на электронную почту **до 13.30 мск. 14.04.2020 г.** и оцениваю в соответствии с балльно-рейтинговой системой, которая была доведена до вас на первой лекции. Работы, присланные позднее обозначенного срока проверяться будут, но без выставления оценки.
2. Изучить рекомендованную литературу по данной теме.
3. До следующего занятия (т.е. **до 15.04.2020 г.**) вы можете подготовить презентацию по теме ПЗ и получить баллы.

Эксперимент и фокус-группа, их применение в исследовании общественного мнения, рекламе и PR Часть 1.