

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

Т.А.Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующая кафедрой журналистики и
медиакommunikаций
Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

Составитель	Максимова Н.В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций
Согласовано с работодателями:	Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра государственного управления, информационных технологий и связи Астраханской области Линько М.О., директор маркетингового агентства «Мике»
Направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль)	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Год приёма	2024
Курс	4
Семестры	7

Астрахань– 2024

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Основы научного исследования в медиакommunikациях» – получение студентами необходимых знаний и практических навыков по методике исследовательской работы в области медиакommunikаций, развитие у них мотивации включения в научно-исследовательскую работу; формирование у студентов профессиональных компетенций, необходимых для научной работы в области исследований массмедиа и коммуникационных продуктов, культуры научного мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- овладение навыками по определению цели и структурированию задач научного исследования, по формулированию гипотез исследования;
- приобретение практических навыков по выбору и использованию методов исследования, сбору и обработке эмпирической информации для научного исследования;
- отработка навыков представления полученных результатов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Основы научных исследований в медиакommunikациях» относится к обязательной части и осваивается в 7 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– «Современный русский (родной) язык»

Знания: фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в целом и применительно к практике современных СМИ;

Умения: следовать полученным знаниям в жизненной практике и профессиональной деятельности; готовить журналистские материалы в разных жанрах для размещения на различных медийных платформах, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства;

Навыки: грамотной устной и письменной речью, ее нормами и средствами выразительности в межличностном общении и профессиональной коммуникации.

– «Теория и практика массмедиа»

Знания: основные теоретические концепции и модели массовых коммуникаций; исторические этапы развития и современное состояние медиасистем; ключевые жанры, форматы и виды контента в массмедиа; основы медиаэкономики и медиаменеджмента; правовые и этические нормы, регулирующие деятельность в сфере медиа.

Умения: анализировать и интерпретировать медиатексты, выявляя их цели, целевую аудиторию и используемые методы воздействия; применять теоретические знания для критической оценки процессов, происходящих в современных медиа; прогнозировать тенденции развития медиаиндустрии; создавать базовые медийные продукты в соответствии с задачами и спецификой канала распространения.

Навыки: анализа медиарынка и аудитории; эффективного поиска, верификации и обработки информации для создания медиаматериалов; адаптации контента под особенности различных медиаплатформ (печать, телевидение, радио, интернет-СМИ, социальные сети); базовыми навыками создания текстовых, аудиовизуальных и мультимедийных материалов.

– «Теория и практика рекламы»

Знания: основные исторические этапы и современные тенденции развития рекламы; ключевые теоретические модели и концепции рекламной коммуникации; виды, типы и форматы рекламы в различных медиаканалах; основы медиапланирования и

принципы работы с рекламным бюджетом; правовые и этические основы рекламной деятельности.

Умения: анализировать рекламные продукты и рекламные кампании, определяя их целевую аудиторию, креативную стратегию и каналы распространения; применять теоретические знания для разработки концепции и стратегии рекламной кампании; формулировать креативный бриф и оценивать его соответствие маркетинговым задачам; прогнозировать эффективность рекламных решений.

Навыки: проведения анализа целевой аудитории и рыночной среды; подбора и эффективного комбинирования рекламных каналов и инструментов; создания базовых элементов рекламных материалов; оценки результатов рекламной кампании на основе ключевых показателей (KPI).

– «Теория и практика связей с общественностью»

Знания: основные теоретические концепции, модели и функции связей с общественностью (PR); историю становления и современные тенденции развития PR-деятельности; виды, формы и каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями (внутренней, внешней, медиа); основы стратегического планирования и управления репутацией; ключевые инструменты и технологии PR (работа со СМИ, организация событий, социальные медиа); правовые и этические нормы профессии.

Умения: анализировать общественное мнение и информационный ландшафт для идентификации проблем и возможностей; разрабатывать стратегию и тактику PR-кампании в соответствии с поставленными целями; формулировать ключевые сообщения и адаптировать их для разных каналов и аудиторий; оценивать эффективность PR-деятельности; применять знания для управления коммуникациями в кризисных ситуациях.

Навыки: подготовки базовых PR-материалов; организации информационных поводов и мероприятий; работы с медиа; мониторинга и анализа упоминаний в СМИ и социальных сетях; базовых навыков коммуникации в социальных медиа от лица организации.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

а) универсальных (УК):

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

б) общепрофессиональных (ОПК):

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

в) профессиональных (ПК)

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)

УК-1	<p>УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение</p> <p>УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности</p> <p>УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений, вырабатывает стратегию действий</p>	<p>- технологию поиска информации в рамках своей профессиональной деятельности, критерии системного анализа поставленных задач</p> <p>- методику критического анализа, особенности систематизации и обобщения информации в рамках своей профессиональной деятельности для решения поставленных задач</p> <p>- технологию поиска информации в рамках своей профессиональной деятельности, критерии системного анализа поставленных задач</p>	<p>- выполнять поиск информации в рамках своей профессиональной деятельности, определять критерии системного анализа поставленных задач</p> <p>- использовать критический анализ, систематизировать и обобщать информацию в рамках своей профессиональной деятельности для решения поставленных задач</p> <p>- выполнять поиск информации в рамках своей профессиональной деятельности, определять критерии системного анализа поставленных задач</p>	<p>- навыками поиска информации в рамках своей профессиональной деятельности, навыками определения критериев системного анализа поставленных задач</p> <p>- методикой критического анализа, навыками систематизации и обобщения информации в рамках своей профессиональной деятельности для решения поставленных задач</p> <p>- навыками поиска информации в рамках своей профессиональной деятельности, навыками определения критериев системного анализа поставленных задач</p>
ОПК-5	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сферах журналистики и (или) медиакоммуникаций, и (или) рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>	<p>– систему политических, экономических, правовых и этических факторов, определяющих развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>– специфику коммуникационных процессов и механизмы функционирования различных медиакоммуникационных систем (СМИ, реклама, PR, цифровые платформы)</p>	<p>– анализировать влияние внешней среды на функционирование медиасистем и действовать в рамках правового поля и профессиональной этики</p> <p>– планировать и осуществлять профессиональные действия с учетом особенностей конкретной медиасистемы, ее аудитории и бизнес-модели</p>	<p>– навыком анализа медиарынка и применения нормативных знаний для оценки ситуации и принятия решений в профессиональной деятельности</p> <p>– навыком адаптации коммуникационных стратегий и тактик под специфику выбранного медийного канала или системы</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетные единицы (108 часов). Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной и заочной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3	3
Объем дисциплины в академических часах	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	40,25	14,25
- занятия лекционного типа, в том числе:	18	4
- практическая подготовка (если предусмотрена)		
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	18	6
- практическая подготовка (если предусмотрена)		
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы	2	2
- консультация (предэкзаменационная)	2	2
- промежуточная аттестация по дисциплине	0,25	0,25
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	67,75	93,75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	экзамен – 7 семестр	экзамен – 7 семестр

Таблица 2.2. Структура и содержание дисциплины

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости и, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / К П			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. П П				
Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований. Междисциплинарный характер исследования рекламы и связей с общественностью.	3		3					10	16	Устный опрос Практическое задание
Тема 2. Институции исследований в сфере рекламы и	3		3					10	16	Устный опрос

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / К П			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. П П				
связей с общественностью										Практическое задание
Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет исследования.	3		3					10	16	Устный опрос Практическое задание
Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.	3		3					17	23	Устный опрос Практическое задание
Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.	3		3					10	16	Устный опрос Практическое задание
Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата	3		3				2	10, 75	18, 75	Устный опрос Практическое задание
Консультации									2	
Контроль промежуточной аттестации									0,25	экзамен
ИТОГО за семестр:	18		18					67,75	108	

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / К П			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. П П				
Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований. Междисциплинарный характер исследования рекламы и связей с общественностью.	2		2					12	16	Устный опрос Практическое задание
Тема 2. Институты	2		2					12	16	Устный опрос

исследований в сфере рекламы и связей с общественностью										Практическое задание
Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет исследования.			2					14	16	Устный опрос Практическое задание
Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.								23	23	Устный опрос Практическое задание
Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.								16	16	Устный опрос Практическое задание
Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата						2		16,75	18,75	Устный опрос Практическое задание
Консультации										2
Контроль промежуточной аттестации										0,25
ИТОГО за семестр:	4		6					93,75	108	

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа

Таблица 3 – Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		УК-1	ОПК-5		
Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований. Междисциплинарный характер исследования рекламы и связей с общественностью.	16	+	+		2
Тема 2. Институты исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	16	+	+		2
Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет исследования.	16	+	+		2
Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.	23	+	+		2
Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.	16	+	+		2
Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата	18,75	+	+		2
Консультации	2	+	+		2
Контроль промежуточной аттестации	0,25	+	+		2
Итого	108				2

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований.

Цели, задачи исследований в сфере рекламы и связей с общественностью. Основные направления исследований в рекламе и связях с общественностью. Основные типы исследований: прикладные и теоретические. Прикладные исследования: стратегические (стратегии, инструменты и методы решения проблемы), оценочные (оценка эффективности). Теоретические исследования как разработка теории PR-деятельности (формировании общественного мнения, образование различных групп общественности, разделы пиарологии (геобрендинг, брендинг, имиджелогия и пр.). Междисциплинарный характер исследования рекламы и связей с общественностью.

Тема 2. Институции исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

Международный кодекс ICC/ESOVAR по практике маркетинговых и социальных исследований (1995). Социологические, маркетинговые и PR-службы в организационной структуре корпорации. Центральные и региональные исследовательские и аналитические центры. Государственные и независимые исследовательские и аналитические организации. Профессиональные центры, коммуникационные агентства и т.п., специализирующиеся на проведении исследований в рекламе и связях с общественностью. Профессиональные журналы.

Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет исследования.

Выбор темы и постановка проблемы. Проблемная ситуация.

Объективные и субъективные стороны проблемной ситуации.

Объект и предмет исследования. Онтологическая неисчерпаемость предмета.

Устойчивые, константные («нетранзитивные») и подвижные, динамические («транзитивные») стороны предметного знания о явлениях медиакommunikации и журналистики. «История» предмета.

Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

Основы методологии. Общенаучные и специальные методы. Синтез методов различных наук в изучении коммуникативных процессов (социология, лингвистика, психология семиотика). Основные этапы процедуры эмпирического исследования. Качественные методы. Количественные методы. Статистические исследования в рекламе и связях с общественностью. Источники статистической информации. Метод наблюдения. Виды наблюдения: включенное, невключенное. Анализ документов. Виды документов. Методы анализа документов. Процедура мониторинга. Контент-анализ.

Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.

Научный стиль.

Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи.

Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.

Основная функция научного стиля. Доминанта научного стиля.

Жанровые формы представления результатов исследования:

- устные выступления: сообщения, выступления, доклады;

- письменная форма: тезисы, конспекты, рефераты, обзорные рефераты, статьи, брошюры, монография, диссертация, аннотация, рецензия, обозрение и т.д.

Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата

Знакомство с системным, предметным, алфавитным каталогами.

Справочные издания. Полные систематизированные перечни («Летописи журнальных и газетных статей, Летописи рецензий, Летописи авторефератов диссертаций»). Неопубликованные материалы и их хранилища.

Виды информационных изданий: библиографические, реферативные и обзорные.

Фиксация результатов поиска. Правила цитирования. Плагиат. Способы построения библиографических списков.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем: - внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану); - ознакомьтесь с учебным материалом по учебным пособиям; - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; - запишите возможные вопросы, которые вы зададите преподавателю на лекции. Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. К зачету, экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;

- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

для очной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
<p><i>Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований.</i></p> <p>Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью».</p> <p>Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью».</p> <p>Анализ содержания журнала «Медиаскоп».</p> <p>Анализ содержания журнала «Век информации».</p> <p>Анализ содержания журнала «Медиатренды».</p>	10	Подготовка к устному опросу Конспектирование Реферат
<p><i>Тема 2. Институты исследований в сфере рекламы и связей с общественностью</i></p> <p>Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью».</p> <p>Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью».</p> <p>Анализ содержания журнала «Медиаскоп».</p> <p>Анализ содержания журнала «Век информации».</p> <p>Анализ содержания журнала «Медиатренды».</p>	10	Подготовка презентаций Конспектирование
<p><i>Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет исследования.</i></p> <p>Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью».</p> <p>Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью».</p> <p>Анализ содержания журнала «Медиаскоп».</p> <p>Анализ содержания журнала «Век информации».</p> <p>Анализ содержания журнала «Медиатренды».</p>	10	Подготовка презентаций Конспектирование
<p><i>Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.</i></p> <p>Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью».</p> <p>Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью».</p>	17	Подготовка презентаций Конспектирование

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».		
<i>Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.</i> Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью». Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью». Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».	10	Подготовка к устному опросу Доклад Конспектирование
<i>Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата</i> Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью». Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью». Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».	10, 75	Чтение рекомендованной литературы, подготовка к устному опросу

для заочной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
<i>Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований.</i> Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью». Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью». Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».	12	Подготовка к устному опросу Конспектирование Реферат
<i>Тема 2. Институты исследований в сфере рекламы и связей с общественностью</i> Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью». Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью». Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».	12	Подготовка презентаций Конспектирование
<i>Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет</i>	14	Подготовка презентаций Конспектирование

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
<p><i>исследования.</i> Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью». Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью». Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».</p>		
<p><i>Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.</i> Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью». Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью». Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».</p>	23	Подготовка презентаций Конспектирование
<p><i>Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.</i> Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью». Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью». Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».</p>	16	Подготовка к устному опросу Доклад Конспектирование
<p><i>Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата</i> Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью». Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью». Анализ содержания журнала «Медиаскоп». Анализ содержания журнала «Век информации». Анализ содержания журнала «Медиатренды».</p>	16,75	Чтение рекомендованной литературы, подготовка к устному опросу

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины (модуля), выполняемые обучающимися самостоятельно

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Конспектирование представляет собой один из способов развития способности и потребности к самостоятельному творчеству и планомерной работе над учебниками,

учебными пособиями, монографиями, периодической литературой. Конспект – это особый вид вторичного текста, в основе которого лежит аналитико-синтетическая переработка информации, содержащейся в исходном тексте. Конспект дает возможность проверить, насколько студент ориентируется в теме, умеет ли выявлять, систематизировать и обобщать информацию. Добросовестно написанный тематический интегральный конспект в сочетании с немалым объемом знаний позволяет дать ответ на поставленный вопрос-тему.

При изучении курса студентам рекомендуется подготовить реферат, представляющий собой краткое сочинение по одной из предложенных тем. Подготовка реферата позволяет студентам приобрести навыки в поисках и изучении источников литературы, самостоятельного анализа темы, проявить творческий характер ее разработки и выразить собственное суждение на проблему, основанное на актуальности подхода к ее рассмотрению. Студент может предложить собственную тему реферата, относящуюся к проблематике курса, согласовав ее с преподавателем. Основная литература приведена в списке, дополнительную – по теме реферата – можно получить у преподавателя на консультации.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований.	Лекция-обзор	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено
Тема 2. Институции исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Лекция-обзор	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено
Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет исследования.	Лекция-обзор	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено
Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.	Лекция-обзор	Опрос, выполнение практических заданий с элементами	Не предусмотрено

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
		дискуссии	
Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.	Лекция-обзор	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено
Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата	Лекция-обзор	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по данной дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований.	УК-1; ОПК-5	Устный опрос Практическое задание
Тема 2. Институты исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	УК-1; ОПК-5	Устный опрос Практическое задание
Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет исследования. Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.	УК-1; ОПК-5	Устный опрос Практическое задание
Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.	УК-1; ОПК-5	Устный опрос Практическое задание
Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата	УК-1; ОПК-5	Устный опрос Практическое задание

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении

	примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8 – Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Тема 1. Основы учебного исследования. Роль научного знания в профессиональной сфере. Реклама и связи с общественностью как объект исследований.

Вопросы для устного опроса:

Цели, задачи исследований в сфере рекламы и связей с общественностью. Основные направления исследований в рекламе и связях с общественностью. Основные типы исследований: прикладные и теоретические. Прикладные исследования: стратегические (стратегии, инструменты и методы решения проблемы), оценочные (оценка эффективности). Теоретические исследования как разработка теории PR-деятельности (формировании общественного мнения, образование различных групп общественности, разделы пиарологии (геобрендинг, брендинг, имиджелогия и пр.). Междисциплинарный характер исследования рекламы и связей с общественностью.

Практическое задание

Обзор научных журналов профессиональной сферы «Реклама и связь с общественностью».

Предложить свою тему для исследования.

Сформулировать цель и определить задачи исследования по предложенной теме, проанализировать возможные рабочие гипотезы.

Составить программу будущего исследования.

Тема 2. Институции исследований в сфере рекламы и связей с общественностью

Вопросы для устного опроса:

Международный кодекс ICC/ESOVAR по практике маркетинговых и социальных исследований (1995). Социологические, маркетинговые и PR-службы в организационной структуре корпорации. Центральные и региональные исследовательские и аналитические центры. Государственные и независимые исследовательские и аналитические организации. Профессиональные центры, коммуникационные агентства и т.п., специализирующиеся на проведении исследований в рекламе и связях с общественностью. Профессиональные журналы.

Практическое задание

Творческий портрет исследователя рекламы и связей с общественностью (персоналии по выбору студентов).

Обзор научных журналов профессиональной сферы «Реклама и связь с общественностью».

Тема 3. Программа исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Объект и предмет исследования.

Вопросы для устного опроса:

Выбор темы и постановка проблемы. Проблемная ситуация.

Объективные и субъективные стороны проблемной ситуации.

Объект и предмет исследования. Онтологическая неисчерпаемость предмета.

Устойчивые, константные («нетранзитивные») и подвижные, динамические («транзитивные») стороны предметного знания о явлениях медиакоммуникации. «История» предмета.

Практическое задание

Сформулировать объект и предмет исследования предложенной темы.

Охарактеризовать степень изученности проблемы.

Тема 4. Основные методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

Вопросы для устного опроса:

Основы методологии. Общенаучные и специальные методы. Синтез методов различных наук в изучении коммуникативных процессов (социология, лингвистика, психология семиотика). Основные этапы процедуры эмпирического исследования. Качественные методы. Количественные методы. Статистические исследования в рекламе и связях с общественностью. Источники статистической информации. Метод наблюдения

Виды наблюдения: включенное, невключенное. Анализ документов. Виды документов.

Методы анализа документов. Процедура мониторинга. Контент-анализ.

Практическое задание

Представить характеристику методов исследования предложенной или выбранной самостоятельно проблемы/темы.

Тема 5. Стили и жанры научного текста. Правила оформления.

Вопросы для устного опроса:

Научный стиль.

Специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи.

Речевые нормы учебной и научной сфер деятельности.

Основная функция научного стиля. Доминанта научного стиля.

Жанровые формы представления результатов исследования:

- устные выступления: сообщения, выступления, доклады;

- письменная форма: тезисы, конспекты, рефераты, обзорные рефераты, статьи, брошюры, монография, диссертация, аннотация, рецензия, обозрение и т.д.

Практическое задание

Написать тезисы научной статьи по предложенной или выбранной самостоятельно проблемы/темы.

Тема 6. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата

Вопросы для устного опроса:

Знакомство с системным, предметным, алфавитным каталогами.

Справочные издания. Полные систематизированные перечни («Летописи журнальных и газетных статей, Летописи рецензий, Летописи авторефератов диссертаций»). Неопубликованные материалы и их хранилища.

Виды информационных изданий: библиографические, реферативные и обзорные.

Фиксация результатов поиска. Правила цитирования. Плагиат. Способы построения библиографических списков.

Практическое задание:

Создать список «литературы вопроса» по заданной теме, оформить его, презентовать.

Сделать обзор литературы по теме научной статьи для сборника.

Темы рефератов (докладов)

1. Современная проблематика исследований рекламы и связей с общественностью (аналитический обзор).
2. Научная биография исследователя рекламы и связей с общественностью (аналитический обзор).
3. Анализ содержания журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Рубрика «Реклама и связь с общественностью».
4. Анализ содержания журнала «Российская школа связей с общественностью».
5. Журнал «Медиаскоп» в научном дискурсе рекламы и связей с общественностью.
6. Анализ содержания журнала «Век информации»(последний выпуск).
7. Анализ содержания журнала «Медиатренды»(последний выпуск).
8. Современные научные школы исследований рекламы и связей с общественностью.
9. Исследования эффективности в сфере рекламы и связей с общественностью.
10. Исследование эффективности рекламы в СМК.
11. Анализ конкурентной среды в сфере рекламы и связей с общественностью.
12. Коммуникационный аудит.
13. Исследование целевой аудитории в сфере рекламы и связей с общественностью.
14. Исследование каналов коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью.

Перечень вопросов к экзамену

1. Основные факторы, обуславливающие развитие рекламы как научной области .
2. Типы исследований и открытий.
3. Реклама и связи с общественностью как объект исследования.
4. Междисциплинарный характер исследования рекламы и связей с общественностью.
5. Выработка программы исследования.
6. Различные подходы к структуре исследования.
7. Предметная область и система направлений исследования.
8. Объект и предмет исследования. Онтологическая неисчерпаемость предмета.
9. Цель и задачи исследования.
10. Понятие «научная гипотеза». Проверка гипотезы.
11. Становление и развитие рекламы и связей с общественностью как науки: характеристика основных этапов и подразделов.
12. Творчество известных ученых в области теории рекламы.
13. Творчество известных ученых в области связей с общественностью.
14. Понятие «методология»: значение и структура.

15. Понятие «научная парадигма» и ее составляющие в науке о рекламе.
16. Понятие «эвристика». Многокомпонентность дискурсивной эвристики.
17. Система общеметодологических научных принципов.
18. Частные методы (анализ, абстрагирование, синтез, сравнение, аналогия, ассоциация).
19. Сводные методы исследования (факторный анализ, функциональный анализ, метод моделирования, системный метод, структурный анализ, типологический анализ, генетический анализ, исторический метод).
20. Понятие «факт» в науке. Многозначность семантики научного факта.
21. Источники эмпирической информации и методы работы с ними.
22. Использование методов специальных, общенаучных, универсальных.
23. Социологические методы: анкетирование, опрос общественного мнения, контент-анализ.
24. Сравнительно-сопоставительный анализ при изучении документов и фактов.
25. Понятие «концепция». Формирование концепции.
26. Верификация и фальсификация в научном исследовании журналистики.
27. Представление научных результатов. Характеры объяснений.
28. Особенности письменной научной речи.
29. Стили изложения результатов исследования и жанровые формы.
30. Приемы изложения научных материалов.
31. Понятие об историографии вопроса. Составление библиографии.
32. Эмпирический материал в науке.

Примерные темы курсовых работ

1. Методология контент-анализа как инструмент исследования тематических особенностей современных интернет-СМИ.
2. Разработка инструментария для количественного исследования медиапотребления в студенческой среде.
3. Сравнительный анализ эффективности методов фокус-групп и глубинных интервью в исследовании восприятия медиапродукта.
4. Особенности применения case-study метода для анализа успешных кейсов интеграции брендов в цифровые медиа.
5. Проблемы валидности и надежности данных при проведении онлайн-опросов в медиаисследованиях.
6. Методика применения дискурс-анализа для изучения медиарепрезентации социально значимых проблем.
7. Специфика использования статистических методов обработки данных в исследованиях медиавоздействия.
8. Разработка программы эмпирического исследования для оценки эффективности медиакампании в социальных сетях.
9. Сравнительный анализ традиционных и цифровых методов сбора данных в медиаисследованиях.
10. Этические аспекты проведения исследований аудитории с применением big data анализа.
11. Методика построения выборки при исследовании регионального медиапространства.
12. Анализ возможностей и ограничений нейросетевых методов анализа медиатекстов.
13. Разработка критериев для качественного анализа визуального контента в социальных медиа.

14. Специфика применения экспериментальных методов в исследованиях медиавоздействия.

15. Методологические проблемы измерения вовлеченности аудитории в исследованиях цифровых медиа.

16. Сравнительный анализ зарубежных и отечественных методологических подходов к исследованию медиапотребления.

17. Особенности применения mixed-methods research в комплексных исследованиях медиакоммуникаций.

18. Методика проведения лонгитюдного исследования трансформации медиапредпочтений.

19. Разработка инструментария для исследования факторов доверия к новостным медиа.

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий				
1.	Задания закрытого типа	Крупнейшей в России электронной библиотекой научных публикаций является: 1. eLIBRARY.RU 2. КиберЛенинка 3. РГБ 4. РНБ	1	1
2.		Исследования, посвященные одному объекту, обычно называют: 1) односторонними 2) монографическими 3) персонифицированными 4) однолинейными	2	1
3.		Популярной среди студентов является библиотека: 1. eLIBRARY.RU 2. КиберЛенинка 3. РГБ 4. РНБ	2	1
4.		Библиотека АГУ основана в: 1. 1932 г. 2. 1948 г. 3. 1956 г. 4. 1960г.	1	1
5.		В каком году библиотеке АГУ был присвоен статус	3	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		научной библиотеки: 1.1980 г. 2. 1989 г. 3.1998 г. 4. 2000г.		
6.	Задания открытого типа	Сформулируйте понятие «информация»	<p>С философской точки зрения информация - это отражение реального мира в виде сведений или сообщений, а само сообщение - это форма представления информации в виде текста, изображения, цифр, графиков, таблиц. В широком смысле слова информация - это ключевое мировоззренческое понятие современной науки, которое включает в себя обмен сведениями между людьми, обмен сигналами между живой и неживой природой, людьми и устройствами. Носителем информации является знак, а способом ее существования — истолкование как выявление значения знака или последовательности знаков.</p> <p>Информация - это сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах и состояниях, которые уменьшают имеющуюся степень неполноты знания.</p> <p>Информация - это форма существования знания, отчужденного от автора и ставшего общественным достоянием.</p>	8-10
7.		Информационная культура - это ...	Информационная культура - это социальное явление особой качественной сложности, обусловленное не только развитием научно-технического прогресса, электронными средствами переработки, хранения и передачи социальной информации, но и представляющее собой деятельностьную	5-7

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			инфраструктуру, пронизывающую все исторические эпохи и цивилизации, все сферы человеческой деятельности и все стадии развития индивида как социального существа и личности.	
8.		Перечислите составляющие информационной культуры.	Составляющими информационной культуры являются: коммуникационная культура; культура чтения, письма и оформления документации; культура интеллектуальной и научно-исследовательской деятельности; владение информационными технологиями; информационно-правовая и библиографическая культура.	8
9.		Что понимается под информационной культурой общества?	Под информационной культурой общества понимается способность эффективно использовать имеющиеся в распоряжении общества информационные ресурсы и средства информационных коммуникаций, а также способность применять для этих целей передовые достижения в области развития средств информатизации и информационных технологий.	5-8
10.		На что влияет уровень информационной культуры человека?	Уровень информационной культуры ощутимо влияет на успешность жизнедеятельности личности и расширяет свободу ее действий. Умение находить и использовать информацию, а также заявлять о себе в профессиональном сообществе в настоящее время влияют на социальный статус в не меньшей степени, чем полученное образование, экономическое и социальное положение семьи и другие социальные факторы. Таким	5-8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			образом, уровень информационной культуры выступает как один из критериев социальной стратификации общества.	
ПК-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы				
11.	Задания закрытого типа	Термин реклама произошел от слова «гесламаге», которое означает: а) громко кричать, извещать б) активно продавать в) рассказывать о товаре	а	1
12.		При всем разнообразии содержания и методик эмпирических исследований СМИ, можно выделить основные этапы процедуры. Укажите в перечне лишний: 1) кабинетный 2) полевой 3) заключительный аналитический 4) промежуточный	4	1
13.		К видам нарушения информационной этики относится: 1. Цитирование 2. Нарушение авторских прав 3. Копирайтинг 4. Плагиат	2	1
14.		Кто из ученых является автором книги «Исследуя журналистику» 1) Вартанова Е.Л. 2) Есин Б.И. 3) Кузнецов И.В. 4) Прохоров Е.П.	4	1
15.		Если цель – внести вклад в развитие научных знаний об объекте, уменьшить неопределенность в научных представлениях о нем, то исследование называется: 1) новаторское 2) теоретическое	2	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		3) концептуальное		
16.	Задания открытого типа	Из чего складывается эмпирическая база исследования?	<p>Эмпирическая база исследования складывается из материала, лежащего в основу практической части. Конкретный предмет изучения выбранной темы может рассматриваться на основе анализа:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативно-правовых документов; - документов в сфере саморегулирования отрасли (профессиональные стандарты, сформулированные профсоюзами, ассоциациями и объединениями; кодексы поведения журналистов, специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, специалистов издательского бизнеса); - внутренних документов редакций и организаций, корпоративных регламентов и кодексов, ежеквартальных и годовых отчетов и т.п.; - информационных продуктов СМИ (статьи, телевизионные сюжеты, радиопрограммы, контент интернет-ресурсов и т.п.); - примеров рекламной и PR-деятельности (рекламные макеты, тексты рекламных объявлений, пресс-материалы, сценарии специальных событий, планы-графики рекламных кампаний, медиапланы, имиджевые рекламные сообщения, сувенирная продукция и т.п.); - примеров издательской деятельности (книжная и иная издательская продукция). 	10
17.		Назовите эмпирические методы исследования.	<p>Эмпирические методы исследования.</p> <p>Наблюдение – восприятие явлений объективной действительности и получение новых знаний об их свойствах, качествах и процессах развития. Оно бывает</p>	8-10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			<p>включенным и невключенным, структурированным и неструктурированным. Эксперимент – апробирование и изучение рассматриваемых явлений в контролируемых и управляемых условиях. Работа с документами как средством проверки информации и ценными источниками фактологического материала. Опрос. Основные виды опроса: массовые и экспертные, групповые и личные, письменные (анкетирование) и устные (интервьюирование).</p>	
18.		<p>Какие подходы, выработанные филологической наукой, используются при анализе текстов?</p>	<p>При анализе текстов используются подходы, выработанные филологической наукой: лингвистический, определяющий такие признаки текстов, как выраженность, ограниченность, структурность, целостность; литературоведческий, оперирующий в частности такими категориями, как жанр, сюжет, композиция и пр.; психолингвистический, представляющий текст как динамическую систему речеобразования и его восприятия; семиотический, рассматривающий текст как систему знаков; коммуникативный, анализирующий роль взаимодействующих структур «автор – текст – аудитория», и др.</p>	8-10
19.		<p>Охарактеризуйте метод контент-анализа</p>	<p>Контент-анализ – это метод выявления и оценки специфических характеристик текстов и других носителей информации, при котором в соответствии с целями исследования выделяются определенные смысловые</p>	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			<p>единицы содержания и формы информации. Важной особенностью этого метода является систематизация большого по объему текстового массива. Контент-анализ проводится в несколько этапов. Исследовать должен составить план работы, определить источники информации, выделить единицы анализа и составить кодировочную таблицу, которая заполняется во время работы.</p>	
20.		<p>Охарактеризуйте общелогические методы.</p>	<p>Общелогические методы. Анализ – разделение изучаемого предмета на составные части с целью их детального рассмотрения. Используется в большинстве научных исследований. Синтез – соединение разделенных ранее частей в единое целое с целью понимания специфики их взаимодействия друг с другом. Дедукция – предполагает движение мысли от общего к частному, логический поиск фактической информации для подтверждения уже существующих обобщений, взглядов, убеждений. Индукция – предполагает движение мысли от частного к общему. Индукция – такое умозаключение, в котором вывод представляет собой знание обо всем классе предметов, полученное в результате исследования отдельных представителей этого класса</p>	10
21.	<p>Задания закрытого типа</p>	<p>Массовая коммуникация - это 1) процесс передачи или распределения информации или других форм символического содержания обширной, разнородной и</p>	1	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		географически рассеянной аудитории 2) взаимодействие больших по численности групп людей в условиях противоборства 3) процесс передачи информации внутри группы людей		
22.		2. Какой синоним можно подобрать к понятию «СМИ»? 1) массмедиа; 2) социальные сети; 3) лента новостей; 4) редакция.	1	1
23.		Рекламный слоган – это: а) комплекс мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка; б) краткая, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения; в) единый художественно-графический подход к оформлению рекламных материалов.	б	1
24.		Назовите первую русскоязычную поисковую систему в интернете: 1. «Яндекс»; 2.Rambler; 3.Google; 4.Yahoo.	2	1
25.		Содержание, которое одновременно передаётся в разных формах (звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд и др.) называется: 1) массовая информация 2) мультимедиа 3) интермедиа 4) анимация	2	1
26.	Задания открытого типа	Закончите начатое определение термина: предмет исследования – это ...	Предмет исследования – это то, что подвергается непосредственному анализу в выбранном контексте. Предмет	3-5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			зачастую является характеристикой объекта. При формулировании предмета исследования уточняется, какая сторона (аспект, ракурс) объекта выбраны для изучения.	
27.		Что является объектом изучения направления «Журналистская деятельность»?	Объект изучения данного направления – профессиональная деятельность журналиста и ее продукты: структура профессиональных обязанностей и динамика социальных ролей журналиста; источники данных и методы работы с ними; этические проблемы; журналистский текст и его виды; современные технологии создания текста. В теоретической литературе описаны: сущность и свойства профессии в различных контекстах; социальные роли и функции журналиста; структура профессиональных обязанностей журналиста; общая теоретическая модель профессиональной деятельности журналиста (способ деятельности); некоторые профессиональные специализации, профили, редакционные роли, виды деятельности; понятие журналистской информации, текста и его видов; понятия жанра, жанровых моделей и жанровых технологий (несколько конкурирующих теорий); основы профессиональной этики журналиста; современные информационные технологии (новостная, аналитическая, художественно-публицистическая журналистика); методы	10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
28.		Что относят к случаям фальсификации и фабрикации информации?	<p>журналистской деятельности.</p> <p>К случаям фальсификации и фабрикации информации относят – приведение в тексте работы несуществующих данных и фактов (материалов интервью, результатов эксперимента, цитат, авторов и заглавий работ и т.д.);</p> <p>– указание в библиографическом списке источников, которые не использовались при написании работы;</p> <p>– некорректная манипуляция данными, их искажение в желаемом направлении, отказ от них или отбор только тех, которые подтверждают гипотезу исследования;</p> <p>– искажение представляемой автором информации о его/ее академических достижениях.</p>	10
29.		В чем заключается разница между двумя типами суждений – гипотезой и исследовательским вопросом?	<p>Разница между двумя типами суждений – гипотезой и исследовательским вопросом – состоит в том, что вопрос лишь обозначает общую область изучения, тогда как гипотеза – это проверяемое суждение об отношениях между изучаемыми характеристиками.</p> <p>Часто роль ответа на такие вопросы состоит в том, чтобы определить и проверить гипотезы в последующих исследованиях.</p>	5-7
30.		Что такое гипотеза исследования?	<p>Гипотеза – научное предположение, касающееся истинности отдельного факта/случая или группы фактов – распространенности тех или иных характеристик изучаемых объектов, характера и тесноты связи между ними (положительная, отрицательная,</p>	5-8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			нулевая), причин и следствий сложившегося положения, вероятности будущих состояний. Гипотезы (а вслед за ними и исследования) делятся на описательные, аналитические (причинно-следственные), прогностические. Выдвигается только та гипотеза, которая может быть верифицирована – подтверждена или опровергнута или эмпирическими данными исследования, или теоретическими операциями по доказательству выдвинутого предположения.	

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Оценка достижений студентов строится на основе системы БАРС (Приказ ректора от 13.01.2014 г. № 08-01-01/08).

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Собеседование	6/5	30	
2.	Контрольная работа	1/0-20	20	
3.	Презентация	1 / 0-10	10	
4.	Практическое задание	6/5	30	
Всего			90	
Блок бонусов				
5.	Посещение занятий	0-2	2	
6.	Своевременное выполнение всех заданий	0-3	3	
7.	Выполнение иных заданий в ходе практического занятия	0-5	5	
Всего			10	-
ИТОГО			100	-

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-2,5
Нарушение учебной дисциплины	-2,5
Неготовность к занятию	-2,5
Пропуск занятия без уважительной причины	-2,5

Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература

1. Воронков Ю. С. История и методология науки: учебник для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2023. 489 с.
2. Кузьменко Г. Н. Философия и методология науки: учебник для магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2021. 450 с.
3. Лебедев С. А. Научный метод: история и теория. М.: Проспект, 2018. 448 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392241798.html> (ЭБС «Консультант студента»).
4. Ушаков Е. В. Философия и методология науки: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2023. 392 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976514669.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.2. Дополнительная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов. Доп. УМО по классич. ун–т. образованию в качестве учеб. пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 «Журналистика» и спец. 030601 «Журналистика» / Д. П. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 284, [4] с. : ил. – (Учеб. пособие. Стандарт третьего поколения). – ISBN 978–5–459–00385–7: 274–00 : 274–00. – 13 экз.
2. Корконосенко С.Г., Теория журналистики: моделирование и применение [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.Г. Корконосенко - М. : Логос, 2015. - 248 с. (Новая университетская библиотека) - ISBN 978-5-98704-471-1 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987044711.html>

3. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516258>.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является

электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований. www.studentlibrary.ru. *Регистрация с компьютеров АГУ*

2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

Учетная запись образовательного портала АГУ

3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Учебные аудитории, библиотеки АГУ им. В.Н. Татищева, компьютерные классы, мультимедийные аудитории. Программное обеспечение: Microsoft Office.

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие

критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).