Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 19.06.2024 14:21:43
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«15» февраля 2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы научных исследований в медийной сфере»

Направление подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки **«Технологии анализа медиасферы»**

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2024 г.

РП 42.04.01 ТА в МС

Разработчик(и):

Профессор кафедры рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии доктор философских наук, профессор

Чвякин В.А.

Согласовано:

Заведующий кафедрой кафедры рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии» кандидат экономических наук, доцент

Алтунина Ю.О.

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине.

Цель дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере» - формирование у студентов комплекса представлений, знаний и навыков по организации и проведению научных исследований в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере»:

- освоить организацию и проведение научного исследования в медийной сфере;
- оценить роль и значение PR в продвижении рекламных проектов: возможности научного исследования рынка товаров и услуг;
- изучить возможности социально – психологического исследования целевых аудиторий;
– научиться проводить оценку профессиональной деятельности сотрудников в медийной сфере.
- освоить современные методы научного познания, понятие метода и методики научного исследования.

Планируемых результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия и особенности исследовательской деятельности; признаки и понятия науки; сущность научных исследований и основные формы научных исследований;
- общую методологию научного исследования, основные функции методологии научного исследования в медийной сфере;
- современные методы научного познания, методику исследования, классификацию научных методов применительно к медийной сфере.

Уметь:

- организовывать и проводить научные в сфере профессиональной деятельности, оценивать этапы и программу прикладного исследования применительно к медийной сфере;
- внедрять результаты исследования и оценивать эффективность научных исследований в медийной сфере;
- исследовать маркетинговые коммуникации в целях рекламы и PR.

Владеть:

- навыками использования PR в продвижении рекламных проектов для исследования рынка товаров и услуг;
- способностью социально – психологического исследования целевых аудиторий;
- навыками проведения исследований деятельности сотрудников ведомственных и коммерческих информационных структур.

Обучение по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» направлено на формирование у обучающихся следующих *компетенций:*

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3)

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-7)

- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24)

- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25)

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Основы научных исследований в медийной сфере» относится к обязательным дисциплинам вариативной части цикла Б1.Б2. дисциплин учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Б1.Б.3 Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности;
- Б1.В.ОД.1. Теория коммуникаций;
- Б1.В.ОД.2. Технологии рекламы и связей с общественностью;
- Б1.В.ОД.7. Креатив в маркетинговых и социальных коммуникациях.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

- Б 1. Б 4. Управление агентством рекламы и связей с общественностью;
- Б1.В.ОД.3. Социология медиапотребления;
- Б1.В.ОД.9. Методы и техники презентации результатов научных исследований;
- Б1.В.ОД.10. Копирайтинг в маркетинговых и социальных коммуникациях;
- Б2.Н.1. Научно-исследовательская работа.

3. Структура и содержание дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1	**2**	-	-
Аудиторные занятия (всего)	**72**	32	36	-	-
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	-	-	-	-	-
Практические (семинарские) занятия (ПЗ)	72	32	36	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	**148**	40	108	-	-
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-	-	-
Реферат	-	-	-	-	-
Прочие виды СРС			-	-	-
Контроль	27		27		
Вид промежуточной аттестации		Зачет	Экзаме	-	-

Общая трудоемкость 216 час / 6 зач. ед.	**216/6**	**72**	**144**	-	-

3.1.3. Для заочной формы обучения:

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1	**2**	-	-
Аудиторные занятия (всего)	**32**	16	16	-	-
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	-	-	-	-	-
Практические (семинарские) занятия (ПЗ)		16	16	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	**184**	56	128	-	-
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-	-	-
Реферат	-	-	-	-	-
Прочие виды СРС				-	-
Контроль					
Вид промежуточной аттестации		Зачет	Экз	-	-
Общая трудоемкость 216 час / 6 зач. ед.	**216/6**	**72**	**144**	-	-

3.2. Тематический план изучения дисциплины ((по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№	**Название раздела**	**Всего часов**	**Аудиторные часы**			**Самостоя-тельная**
			Лекции	**Семи-нары**	**Практи-ческие занятия**	
1 семестр						
1.	Основные понятия и особенности исследовательской деятельности. Наука. Основные признаки и понятия науки. Сущность научных исследований и основные формы научных исследований.	8	-		4	4
2.	Общая методология научного исследования. Понятие и основные функции методологии научного исследования. Методологическая основа научного исследования.	8	-		4	4
3.	Современные методы научного познания. Понятие метода и методики исследования.	8	-		4	4

	Классификация методов научного исследования.					
4.	Организация и проведение исследования в сфере профессиональной деятельности. Понятие и основные этапы прикладного исследования. Программа научного исследования.	8	-		4	4
5.	Внедрение и эффективность научных исследований в медийной сфере.	8	-		4	4
6.	PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг	8	-		4	4
7.	Исследование маркетинговых коммуникаций в целях рекламы и PR	8	-		4	4
8.	Возможности социально – психологического исследования целевых аудиторий	8	-		2	6
9.	Исследование профессиональной деятельности сотрудников в медиасфере.	8	-		2	6
	Зачет, контроль		-			
	Итого 1 семестр	72	-		32	40
	Всего	72	-		32	40
2 семестр						
10.	Медийная сфера как объект научного исследования.	16	-		4	12
11.	Социально-психологические методы исследования в медийной сфере.	16	-		4	12
12.	Профессиографический анализ деятельности в медиасфере.	16	-		4	12
13.	Возможности исследования распределения активностей в медиаструктуре.	16	-		4	12
14.	Внедрение и эффективность научных исследований применительно к медиасфере.	16	-		4	12

15.	PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг как объект научного исследования.	16	-		4	12
16.	Практико-ориентированность научных исследований маркетинговых коммуникаций в целях рекламы и PR.	16	-		4	12
17.	Методы социально – психологического исследования целевых аудиторий.	16	-		4	12
18.	Исследование деятельности различных контингентов сотрудников медиасферы.	16	-		4	12
	Экзамен, контроль		-			
	Итого 2 семестр	144	-		36	108
	Всего	216			68	148

3.2.3. Заочная форма обучения

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоя-тельная
			Лекции	Семи-нары	Практи-ческие занятия	
1 семестр						
1.	Основные понятия и особенности исследовательской деятельности. Наука. Основные признаки и понятия науки. Сущность научных исследований и основные формы научных исследований.	8	-		2	6
2.	Общая методология научного исследования. Понятие и основные функции методологии научного исследования. Методологическая основа научного исследования.	8	-		2	6
3.	Современные методы научного познания. Понятие метода и методики исследования. Классификация методов научного исследования.	8			2	6
4.	Организация и проведение исследования в сфере профессиональной деятельности.	8			2	6

	Понятие и основные этапы прикладного исследования. Программа научного исследования.					
5.	Внедрение и эффективность научных исследований в медийной сфере.	8			2	6
6.	PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг	8			2	6
7.	Исследование маркетинговых коммуникаций в целях рекламы и PR	8			2	6
8.	Возможности социально – психологического исследования целевых аудиторий	8			1	7
9.	Исследование профессиональной деятельности сотрудников в медиасфере.	8			1	7
	Зачет, контроль					
	Итого 1 семестр	72			16	56
	Всего	72			16	56
2 семестр						
10.	Медийная сфера как объект научного исследования.	16			2	14
11.	Социально-психологические методы исследования в медийной сфере.	16			2	14
12.	Профессиографический анализ деятельности в медиасфере.	16			2	14
13.	Возможности исследования распределения активностей в медиаструктуре.	16			2	14
14.	Внедрение и эффективность научных исследований применительно к медиасфере.	16			2	14
15.	PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг как объект научного исследования.	16			2	14
16.	Практико-ориентированность научных исследований	16			2	14

	маркетинговых коммуникаций в целях рекламы и PR.					
17.	Методы социально – психологического исследования целевых аудиторий.	15			1	14
18.	Исследование деятельности различных контингентов сотрудников медиасферы.	17			1	16
	Экзамен, контроль					
	Итого 2 семестр	144			16	128
	Всего	216			32	184

3.3. Содержание дисциплины

В 1 – м семестре

Раздел 1. Основные понятия и особенности исследовательской деятельности. Наука. Основные признаки и понятия науки. Сущность научных исследований и основные формы научных исследований.

Раздел 2. Общая методология научного исследования. Понятие и основные функции методологии научного исследования. Методологическая основа научного исследования.

Раздел 3. Современные методы научного познания. Понятие метода и методики исследования. Классификация методов научного исследования.

Раздел 4. Организация и проведение исследования в медийной сфере. Понятие и основные этапы прикладного исследования. Программа научного исследования.

Раздел 5. Внедрение и эффективность научных исследований.

Раздел 6. PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг.

Раздел 7. Исследование маркетинговых коммуникаций в целях рекламы и PR.

Раздел 8. Возможности социально – психологического исследования целевых аудиторий.

Раздел 9. Исследования профессиональной деятельности сотрудников в медиасфере.

Во 2 – м семестре

Раздел 10. Медийная сфера как объект научного исследования.

Раздел 11. Социально-психологические методы исследования в медийной сфере.

Раздел 12. Профессиографический анализ деятельности в медиасфере.

Раздел 13. Возможности исследования распределения активностей в медиаструктуре.

Раздел 14. Внедрение и эффективность научных исследований применительно к медиасфере.

Раздел 15. PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг как объект научного исследования.

Раздел 16. Практико-ориентированность научных исследований маркетинговых коммуникаций в целях рекламы и PR.

Раздел 17. Методы социально – психологического исследования целевых аудиторий.

Раздел 18. Исследование деятельности различных контингентов сотрудников медиасферы.

3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Для очной формы обучения:

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
1 семестр			
1	1	Основные понятия и особенности исследовательской деятельности. Наука. Основные признаки и понятия науки. Сущность научных исследований и основные формы научных исследований.	4
2	2	Общая методология научного исследования. Понятие и основные функции методологии научного исследования. Методологическая основа.	4
3	3	Современные методы научного познания. Понятие метода и методики исследования. Классификация методов.	4
4	4	Организация и проведение исследования в сфере профессиональной деятельности. Понятие и основные этапы прикладного исследования. Программа исследования.	4
5	5	Внедрение и эффективность научных исследований.	4
6	6	PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг	4
7	7	Исследование маркетинговых коммуникаций в целях рекламы и PR	4
8	8	Возможности социально – психологического исследования целевых аудиторий	2
9	9	Исследований деятельности сотрудников ведомственных и коммерческих информационных структур	2
		Итого 1 семестр	**32**
2 семестр			
1	10	Медийная сфера как объект научного исследования	4
2	11	Социально-психологические методы исследования в медийной сфере	4
3	12	Профессиографический анализ деятельности	4
4	13	Возможности исследования распределения активностей в медиаструктуре	4
5	14	Внедрение и эффективность научных исследований применительно к медиасфере	4

6	15	PR в продвижении рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг как объект научного исследования	4
7	16	Практико-ориентированность научных исследований маркетинговых коммуникаций в целях рекламы и PR	4
8	17	Методы социально – психологического исследования целевых аудиторий	4
9	18	Исследование деятельности различных контингентов сотрудников медиасферы	4
		Итого 2 семестр	**36**
		Всего	**68**

3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Курсовая работа по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» не предусмотрена

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Исследовательские и мониторинговые агентства:

http://www.monitoring.ru - сайт известного в России мониторингового агентства.

http://www.spylog.ru - эффективная и функциональная бесплатная система сбора статистических данных для владельцев сайтов по более чем 600 параметрам.

http.y/www.comcon-2.com– сайт исследовательского агентства «Комкон-2».

http://www.gallup.ru - официальный сайт исследовательской компании GallupMedia в России.

Программное обеспечение для рекламных исследований

http://www.spss.com - официальный сайт международной компании SPSSInc

4.2. Основная литература

1. Медиа: введение/ред. А. Бриггз, П. Кобли; пер. Ю.В. Никуличев. – 2-е изд. – Москва: Юнити-Дана, 2015. – 551 с.: ил., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784 (дата обращения: 15.08.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00960-7. – Текст: электронный.

2. Мандель, Б.Р. Методология и методы организации научного исследования в педагогике/Б.Р. Мандель. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 340 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486259 (дата обращения: 15.08.2019). – ISBN 978-5-4475-9665-1. – DOI 10.23681/486259. – Текст: электронный.

4.3. Дополнительная литература:

1. Егошина, И.Л. Методология научных исследований/И.Л. Егошина; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. – 148 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494307 (дата обращения: 15.08.2019). – Библиогр.: с. 133. – ISBN 978-5-8158-2005-0. – Текст: электронный.

2. Новиков, А.М. Методология научного исследования/А.М. Новиков, Д.А. Новиков. – Москва: Либроком, 2010. – 284 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=82773 (дата обращения: 15.08.2019). – ISBN 978-5-397-00849-5. – Текст: электронный.

5. Материально - техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционная аудитория (учебный корпус, расположенный по адресу: г. Москва, ул. Прянишникова, д. 2а; ауд. 1315, 1426, 1011-1014);

2. Переносной проектор для демонстрации слайдов при чтении лекций (BENQ);

3. Ноутбук для демонстрации слайдов при чтении лекций (существующие альтернативы: ASUS, ACER, HP)

4. Аудитории для проведения практических занятий (учебный корпус, расположенный по адресу: г. Москва, ул. Прянишникова, д. 2а; ауд. 1414, 1417, 1317);

5. Компьютерные классы для проведения _____(учебный корпус, расположенный по адресу: г. Москва, ул. Прянишникова, д.2а; ауд. ВЦ4, ВЦ5 …..).

6. Методические рекомендации

6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов - практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «Основы научных исследований в медийной сфере» является обязательной дисциплиной вариативной части и обеспечивает завершение формирования компетентности по направлению 42.03.014 «Реклама и связи с общественностью» в тесной связи с другими важнейшими базовыми и вариативными дисциплинами.

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно - поисковой работы студента, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении практических занятий по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере».

Преподавание практического материала по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» осуществляется по последовательно - параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и рабочего учебного плана по направлению 42.04.014 «Реклама и связи с общественностью».

По дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» проводятся только практические (семинарские) занятия.

Тематика практических занятий по разделам дисциплины и видам занятий отражена в п.5.7 рабочей программы. Проведение практических занятий ориентировано на использование заданий для практических занятий по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере».

Целесообразные к применению в рамках дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере» образовательные технологии изложены в п.10 настоящей рабочей программы.

Технологическая карта дисциплины, содержащая методику определения итогового семестрового рейтинга студента по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» представлена в п.6 настоящей рабочей программы.

Примерные варианты заданий для промежуточного/итогового контроля и перечень вопросов к экзамену по дисциплине представлены в составе ФОС по дисциплине в приложении 1 к рабочей программе.

Базовая тематика рефератов по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» представлена в составе ФОС по дисциплине в приложении 1 к рабочей программе. Утверждение темы реферата производится преподавателем, проводящим практические занятия по дисциплине. Допустимо утверждение тем рефератов, предложенных студентом самостоятельно, при условии их соответствия целям и задачам дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере», актуальности и возможности адекватного раскрытия с учетом уровня текущей компетентности студента в рамках ОП.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере», приведен в настоящей рабочей программе. Преподавателю следует ориентировать студентов на использование при подготовке к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине, написании реферата, доклада на студенческую конференцию оригинальной версии нормативных документов, действующих в настоящее время. Предпочтение работы с текстом нормативного документа чтению адаптированного изложения данного документа в специализированной литературе формирует у студента навыки самостоятельной критической интерпретации положений нормативных документов и правового анализа.

Фонды оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося приведены в приложении 1 к рабочей программе с учетом компетентностного подхода в процессе реализации ОП.

6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Проведение практических занятий по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» осуществляется в следующих формах:

- научно – исследовательский анализ и обсуждение гипотетических рыночных ситуаций применительно к поисково – исследовательской деятельности;
- применение аналитических процедур на разных этапах проведения научно – исследовательской деятельности;
- составление рекламных и PR – проектов по результатам проведения научно – исследовательской деятельности;
- заслушивание и обсуждение рефератов по научно – исследовательской тематике.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным. Пропуск практических занятий без уважительных причин и согласования с руководством Института коммуникаций и медиабизнеса в объеме более 50% от общего количества предусмотренных учебным планом на семестр занятий даже при условии отличной работы на оставшихся занятиях влечет за собой невозможность аттестации по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» по итогам семестра, так как студент не набирает минимально допустимого для получения итоговой аттестации по дисциплине количества баллов за посещение и работу на практических занятиях (см. соответствующие положения пункта 6 настоящей рабочей программы).

Работа на практических занятиях предусматривает обязательное наличие у студентов заданий для практических занятий по дисциплине «Основы научных исследований в профессиональной сфере».

Заслушивание и обсуждение рефератов является одной из форм проведения практических занятий в обоих семестрах изучения дисциплины. Работа над рефератом (качество подготовки материала, уровень свободы владения материалом при изложении доклада, ответы на вопросы аудитории) оценивается в диапазоне 0-20 баллов, являясь контрольной точкой. Положения, касающиеся выбора темы реферата и рекомендации по его подготовке и оформлению, изложены в разделе «Методические указания по

выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы» настоящего пункта рабочей программы.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы.

Одним из видов самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» в 1 – м и 2-м семестрах изучения дисциплины является подготовка реферата. Выбор темы реферата может производиться из предложенного в рабочей программе перечня или осуществляться студентом самостоятельно. Предлагаемая самостоятельно тема реферата согласовывается с преподавателем, проводящим практические занятия по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере», на предмет ее актуальности и возможности адекватного раскрытия. Тема реферата закрепляется за студентом индивидуально. Оформление реферата должно соответствовать требованиям ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно - исследовательской работе. Структура и правила оформления». Основные положения данного ГОСТ приведены в конце настоящего подпункта.

Подготовка реферата является необходимым условием для получения студентом итоговой аттестации по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» в семестрах изучения дисциплины.

Возможной (по выбору студента) формой СРС по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» является подготовка научного доклада и выступление на научной конференции студентов, что позволяет увеличить итоговый семестровый рейтинг студента без применения каких - либо коэффициентов (см. соответствующие положения п.6 настоящей рабочей программы). Тема доклада согласовывается с преподавателем, проводящим лекционные занятия по дисциплине «Основы научных исследований в профессиональной сфере», и затрагивает актуальные вопросы теории и практики независимого аудита.

Изучение основной и дополнительной литературы, а также нормативно-правовых документов по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в настоящей рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере». Список основной и дополнительной литературы и обязательных к изучению нормативно - правовых документов по дисциплине «Основы научных исследований в профессиональной сфере» приведен в настоящей рабочей программе. Следует отдавать предпочтение изучению нормативных документов по соответствующим разделам дисциплины «Основы научных исследований в медийной сфере» по сравнению с их адаптированной интерпретацией в учебной литературе.

Решение задач в разрезе разделов дисциплины «Основы научных исследований в профессиональной сфере» является СРС в форме домашнего задания в случаях недостатка аудиторного времени на практических занятиях для решения всех задач, запланированных преподавателем, проводящим практические занятия по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере».

Сведения о текущем контроле успеваемости обучающихся.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра путем регулярной проверки присутствия студента на практических занятиях, оценки качества и активности работы на практических занятиях при решении задач и в ходе блиц - опросов. Сведения о текущей работе студентов по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» фиксируются преподавателем/методистом кафедры, являются

открытыми и служат базовым основанием для формирования семестрового рейтинга по дисциплине.

Текущая аттестация по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» проводится:

в 1-м и 2-м семестрах изучения дисциплины: в формах контрольных работ, оценки защиты реферата и компьютерного тестирования;

Примерные задания для контрольных работ, а также вопросы компьютерного тестирования по дисциплине «Основы научных исследований в профессиональной сфере» приведены в различных подпунктах в составе ФОС по дисциплине без указания правильных вариантов ответов или методики выполнения соответствующих заданий для стимулирования поисковой активности студента.

Методические указания по подготовке к промежуточной/итоговой аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» в обоих семестрах изучения дисциплины проходит в форме зачета и экзамена. Экзаменационный билет по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» состоит из 2 вопросов теоретического характера. Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Основы научных исследований в профессиональной сфере» и критерии оценки ответа студента на экзамене для целей формирования БРС приведены в п.6 рабочей программы, а для целей оценки сформированности компетенций - в составе ФОС по дисциплине в приложении 1 к рабочей программе.

7. Фонд оценочных средств

7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения

Компетенция	Код по ФГОС	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
ОПК - 3	способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**Промежуточный контроль:** Зачет, Экзамен **Текущий контроль**: опрос на практических занятиях; контрольная работа; тестирование	1, 4, 5, 7
УК - 1	способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода,	**Промежуточный контроль:** Зачет, Экзамен **Текущий контроль**: опрос на практических занятиях;	2, 3, 6, 8, 9

	вырабатывать стратегию действий	контрольная работа; тестирование	
УК - 6	способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	**Промежуточный контроль:** Зачет, Экзамен **Текущий контроль**: опрос на практических занятиях; контрольная работа; тестирование	2, 4, 5, 7, 8

7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

7.3. Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях (формирование компетенции ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

Обучающийся:

- на высоком уровне способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- на высоком уровне способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий *(УК-1).*

- на высоком уровне способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

Обучающийся:

- хорошо владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- хорошо владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).

- хорошо владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

Обучающийся:

- на удовлетворительном уровне владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или)

медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- на удовлетворительном уровне владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).

- на удовлетворительном уровне владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

Обучающийся:

- не владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- не владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).

- не владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

Критерии оценки контрольной работы (формирование компетенций ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

Обучающийся:

- на высоком уровне способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- на высоком уровне способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий *(УК-1).*

- на высоком уровне способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

Обучающийся:

- хорошо владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- хорошо владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).

- хорошо владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

Обучающийся:

- на удовлетворительном уровне владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- на удовлетворительном уровне владеет способностью осуществлять критический

анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).

- на удовлетворительном уровне владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

Обучающийся:

- не владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- не владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).
- не владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

Критерии оценки тестирования (формирование компетенций ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных студентом на вопросы теста.

Стандартная шкала соответствия результатов компьютерного тестирования выставляемой балльной оценке:

- «отлично» - свыше 85% правильных ответов;
- «хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов;
- «удовлетворительно» - от 55,1% до 70% правильных ответов;
- от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

Стандартный регламент тестирования включает:

- количество вопросов – 60;
- продолжительность тестирования – 60 минут;
- генерация теста из БТЗ – методом случайной выборки;
- режим контроля – жесткий (отсутствие возможности тестируемым увидеть результат ответа на вопрос теста в процессе тестирования).

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста. Обучающийся:

- на высоком уровне способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- на высоком уровне способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий *(УК-1).*
- на высоком уровне способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

Обучающийся:

- хорошо владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- хорошо владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).
- хорошо владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

Обучающийся:

- на удовлетворительном уровне владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- на удовлетворительном уровне владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).

- на удовлетворительном уровне владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

Обучающийся:

- не владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- не владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).

- не владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

Критерии оценки защиты реферата (формирование компетенций ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

«5» (отлично): тема реферата актуальна и раскрыта полностью; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый без использования опорного конспекта.

Обучающийся:

- на высоком уровне способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- на высоком уровне способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий *(УК-1).*

- на высоком уровне способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«4» (хорошо): тема реферата актуальна, но раскрыта не полностью; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

Обучающийся:

- хорошо владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);

- хорошо владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).

- хорошо владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной

деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«3» (удовлетворительно): тема реферата актуальна, но раскрыта не полностью; реферат подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения реферата не в полной мере соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в целом реферат выполнен самостоятельно, однако очевидно наличие заимствований без ссылок на источники; подготовлен доклад, излагаемый с использованием опорного конспекта.

Обучающийся:

- на удовлетворительном уровне владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- на удовлетворительном уровне владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).
- на удовлетворительном уровне владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

«2» (неудовлетворительно): тема реферата актуальна, но не раскрыта; реферат подготовлен с нарушением установленного срока представления; оформление, структура и стиль изложения реферата не соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; в реферате очевидно наличие значительных объемов заимствований без ссылок на источники; доклад не подготовлен.

Обучающийся:

- не владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- не владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1).
- не владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).

Итоговые показатели балльной оценки сформированности компетенций по дисциплине в разрезе дескрипторов «знать/уметь/владеть»:

ОПК-3 - способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное знание того, как анализировать многообразие достижений отечественной и	Обучающийся демонстрирует неполное знание того, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры	Обучающийся демонстрирует частичное знание того, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой	Обучающийся демонстрирует полное знание того, как анализировать многообразие достижений отечественной и мировой

процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. .	в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
уметь: анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Обучающийся демонстрирует неполное умение анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании	Обучающийся демонстрирует частичное умение анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые,	Обучающийся демонстрирует полное умение анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

		умениями при их переносе на новые ситуации.	нестандартные ситуации.	
владеть: способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Обучающийся не владеет или в недостаточной мере способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Обучающийся не в полном объёме владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Обучающийся частично владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.
УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий				
Показатель				
	2	**3**	**4**	**5**
Знать: как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное знание того, как осуществлять критический анализ проблемных	Обучающийся демонстрирует неполное знание того, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на	Обучающийся в целом демонстрирует знание того, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на	Обучающийся демонстрирует полное знание того, как осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на

подхода, вырабатывать стратегию действий.	ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, свободно оперирует приобретенными знаниями
Уметь: осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их	Обучающийся в целом демонстрирует соответствие следующих умений: осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые,	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

		переносе на новые ситуации.	нестандартные ситуации.	
Владеть: способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	Обучающийся не в полном объёме владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся в целом владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.
УК-6 - способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее	Обучающийся в целом демонстрирует соответствие следующих знаний: как определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: как определять и реализовывать приоритеты собственной

	способы ее совершенствования на основе самооценки.	совершенствования на основе самооценки. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	способы ее совершенствования на основе самооценки. Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
уметь: определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся в целом демонстрирует соответствие следующих умений: определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

владеть: способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Обучающийся не в полном объёме владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Обучающийся в целом владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего и промежуточного контроля по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора компетенций, предусмотренных ОП по дисциплине.

Текущий контроль (работа на практических занятиях) (формирование компетенций ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

Тематика практических заданий для текущего контроля по дисциплине изложена в рабочей программе.

Текущий контроль (выполнение контрольной работы) (формирование компетенций ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

Примерные вопросы/задания для контрольной работы:

1. Основные понятия общей теории систем.
2. Проведение теоретических исследований: анализ физической сущности процессов, явлений; формулирование гипотезы исследования; построение (разработка) физической модели;
3. Проведение статистического исследования; анализ теоретических решений; формулирование выводов.
4. Использование статистических методов в исследованиях.

5. Моделирование как метод практического или теоретического опосредованного оперирования объектом. Виды моделей.

6. Экспериментальные исследования.

7. Классификация, типы и задачи эксперимента.

8. Методика и программа эксперимента.

9. Содержание и разработка методики эксперимента.

10. Основные элементы плана эксперимента.

11. Обработка и анализ экспериментальных результатов.

12. Коллективная научно – исследовательская деятельность.

13. Организация и принципы управления научным коллективом.

14. Основные принципы работы с людьми: принцип информированности о существе проблемы; принцип превентивной оценки работы; принцип инициативы снизу; принцип тотальности; принцип перманентного информирования; принцип непрерывной деятельности; принцип индивидуальной компенсации; принцип учета типологических особенностей восприятия инноваций различными людьми.

15. Качественная работа с документами, ускорение их составления и оформления как важный элемент совершенствования управления коллективом.

16. Виды деловых совещаний, пути повышения их эффективности.

17. Формирование и методы сплочения научного коллектива.

18. Психологические аспекты взаимоотношения руководителя и подчиненного.

19. Научная организация и гигиена умственного труда.

20. Последовательность организации научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

21. Формирование исследовательского коллектива.

22. Разработка план – графика всех этапов исследования. Координация проведения всех этапов исследования: взаимоувязки сопредельных структур, проблем и т.п.

23. Оформление результатов научного исследования.

24. Оформление полученных результатов в виде отчета, доклада, статьи и т.д. Требования, предъявляемые к научной рукописи.

25. Аннотация и реферат научной работы.

26. Устное представление результатов научной работы. Подготовка доклада и выступление с докладом.

27. Методика и методы научного исследования в сфере профессиональной деятельности.

28. Методы теоретических и эмпирических исследований.

29. Научное исследование и его специфика в области рекламной деятельности.

30. Социологические и социально – психологические методы способы получения информации в сфере профессиональной деятельности.

31. Неформализованные методы анализа документов (традиционные, качественные).

32. Формализованные методы анализа документов (качественно – количественные, контент - анализ).

33. Принципы контент – анализа (объективность, систематичность, обобщенность).

Текущий контроль (выполнение реферата) (формирование компетенций ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

Примерная тематика рефератов

1. Реализация результатов научно – исследовательской деятельности и их практическая значимость.

2. Внедрение как конечная форма реализации результатов научно-исследовательской работы.

3. Этапы внедрения результатов НИР.

4. Понятие апробации и внедрения результатов исследования.

5. Эффективность и критерии оценки научной работы.

6. Оценка эффективности работы научного работника и научного коллектива.

7. Реализация научных исследований в рекламной и PR деятельности как одно из обязательных условий успешной профессиональной деятельности.

8. Внедрение в практику результатов научно – исследовательской деятельности.

9. Формы внедрения результатов научно-исследовательской и методической деятельности.

10. Публикации.

11. Акты внедрения.

12. Гранты на разработку проблем по тематике НИР, темы на договорных условиях, международное признание.

13. Выступления на научных форумах, конференциях и т.д.

14. Способы и принципы реализаций результатов аналитического исследования применительно к условиям рекламной и PR деятельности.

15. Способы и принципы реализации результатов теоретического исследования применительно к условиям рекламной и PR деятельности.

16. Способы и принципы реализации результатов экспериментального исследования применительно к условиям рекламной и PR деятельности.

17. Реализация данных социологического исследования рынка товаров и услуг.

18. Понятие и виды социологического исследования, его место и роль в организации и проведении PR- и рекламных кампаний.

19. Использование социологической информации в практических целях PR- и рекламных кампаний.

20. Применение на практике умений и навыков по внедрению результатов исследовательских и проектных работ в сфере рекламной и PR деятельности.

21. Реализация данных маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью.

22. Виды и область приложения маркетинговых исследований.

23. Маркетинговый анализ в сфере связей общественности и рекламы.

24. Возможности использования результатов маркетинговых исследований в практике профессиональной PR-коммуникации и рекламной деятельности.

25. Методы экономического анализа в рекламе и связях с общественностью.

26. Возможности практической реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой, политической и социокультурной сферах.

27. Разработка программ реализации результатов научного исследования в сфере рекламы и PR.

28. Этапность в процессе реализации данных научного исследования в сфере рекламы и PR.

29. Различные подходы к оценке эффективности рекламной и PR кампании как результат их практического применения.

30. Влияние СМИ на формирование общественного мнения в структуре практико – ориентированной деятельности в сфере PR.

31. Организация тендерной технологии научных исследований. Тенденции на рынке исследований. Основные операторы рынка исследований.

32. Практико – ориентированные составляющие научно – исследовательской деятельности.

33. Деятельностные практико-ориентированные технологии, направленные на формирование системы профессиональных практических умений, обеспечивающих возможность качественно выполнять профессиональную деятельность.

34. Проблемы документального сопровождения процесса внедрения в практику результатов научных исследований в сфере рекламной и PR деятельности.

35. Конкуренция научных исследований в области рекламы и PR и ее практическое значение.

36. Изучение положения продукции среди конкурентов.

37. Реализация и внедрение в практику результатов комплексных научных исследования проблем рекламы и PR.

38. Систематический сбор и анализ информации с целью повышения практической эффективности PR деятельности.

39. Участие в реализации рекламных и PR – технологий.

40. Составление практических рекомендаций по внедрению результатов научных исследований в сфере рекламы и PR.

Текущий контроль (тестирование) (формирование компетенций ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

1. PR - это использование информации для влияния на:
1. общественное мнение
2. государственные органы власти
3. средства массовой информации
4. покупателей

2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?
1. с начала XVIII века
2. с начала XIX века
3. с начала XX века
4. с начала XXI века

3 Что используется в PR для влияния на общественное мнение?
1. информация
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

4 Кем впервые официально был использован термин «Паблик Рилейшнз»?
1. Деном Форрестолом
2. Томасом Джефферсоном
3. Джоржем Бушем младшим
4. Семом Блейком

5. Что является главной целью PR?
1. изменение общественного мнения
2. повышение уровня продаж
3. доведение информации до потребителей
4. повышение рейтинга компании

6. Что является объектом PR?
1. средства массовой информации
2. общество
3.информация
4. коммерческие организации

7. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?
1. религиозные организации
2. общество
3. органы государственной власти
4. бизнес организации

8. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:
1. формирование имиджа
2. изучение общественного мнения
3. анализ экономический деятельности предприятия
4. исследование отношений в организации

9. Какая модель информационной политики не существует:
1. тоталитарная
2. релятивисткая
3. дисциплинарная
4. диалоговая

10. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?

1. формирование общенациональных ценностей
2. модернизация информационно - телекоммуникационной инфраструктуры
3. удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения
4. создание новых рабочих мест

11. Что из перечисленного не относится к этапам планирования PR акции?

1. определение проблемы
2. планирование программы
3. оценка программы
4. интерпретация общественного мнения
5. осуществление коммуникаций

12. PR – это

1. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга.
2. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность
3. особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью
4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации

13. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:

1. средства связи
2. средства массовой информации
3. службы PR
4. общественность

14. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:

1. телевидение
2. филиалы организации на местах
3. телеграфное агентство
4. радио

15. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:

1. новостной релиз
2. пресс - релиз
3. стрингер
4. медиа - кит

16. Что из перечисленного ниже не является видом размещения PR информации на радио:

1. радиожурнал
2. радиопередача
3. радиоприем
4. новостная программа

17. Укажите самое «старое» из перечисленных ниже средств массовой информации

1. Телевидение
2. Радио
3. Пресса
4. Интернет

18. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью
1. Кодекс ИПРА (IPRA)
2. Кодекс этики государственных служащих
3. Трудовой кодекс
4. Гражданский кодекс
5. Административный кодекс

19. Какие аспекты PR деятельности отражает «Кодекс профессиональной этики Российских журналистов»
1. финансовые
2. материальные
3. этические
4. гражданские

20. Что не может регулироваться нормами права в PR сфере
1. Субъекты информационного воздействия
2. Результаты PR акций
3. Формы коммуникаций
4. Средства передачи информации

21. В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?
1. Существуют в виде кодексов профессионального поведения
2. Существуют в виде государственных стандартов качества
3. Существуют в виде законодательно установленных правил

22. При проведении PR - кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?
1. Планирование PR - кампании.
2. Анализ целевой аудитории
3. Определение PR проблемы
4. Анализ эффективности результатов PR кампании

23. PR-кампания-это:
1. компания PR специалистов
2. комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы
3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения
4. заседание совета журналистов

24. При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:
0) внешней целевой аудиторией
1) внутренней целевой аудиторией
2) ключевой аудиторией
3) корпоративной аудиторией

25. «План - график проведения PR мероприятий и PR бюджет» являются составной частью:
0) анализа PR проблемы
1) плана PR кампании
2) анализа целевых аудиторий
3) определения рейтинга

26. Бюджет PR кампании - это:
0) сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности
1) сумма, которую закладывает организация на покупку средств массовой информации
2) сумма, которую закладывает организация на административно - хозяйственные расходы
3) сумма, которую закладывает организация на социальные нужды

27. Политическая PR - кампания является:

0) видом PR кампании

1) средством PR - кампании

2) целью PR - кампании

3) средством массовой информации

28. Укажите правильную последовательность этапов PR кампании:

0) планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании

1) планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании

2) определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании

3) анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании

29. Что относится к одной из самых важная задача PR специалистов?

0) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия

1) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис

2) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по сокращению издержек производства

3) сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании

30. Отличаются ли реклама и связи с общественностью по используемым средствам массовой информации:

0) да, отличаются

1) нет, не отличаются

2) иногда цели совпадают

3) иногда цели не совпадают

31. Возникает ли у аудитории ощущение навязывания информации при проведении рекламной кампании:

0) всегда возникает

1) нет, не должно возникать

2) иногда допустимо

32. Какую роль играет социальная реклама?

0) реклама помогает старикам и инвалидам обрести уверенность в будущем

1) реклама информирует общественность о событиях в экономике и политике

2) реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях

3) реклама направлена благотворительные цели

33. Какую экономическую роль играет реклама?

0) реклама помогает сравнивать изделия

1) реклама стимулирует покупателей покупать товары

2) реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях

3) реклама вносит вклад в эстетические представления

34. Что из перечисленного ниже является внутренней задачей PR служб коммерческого предприятия?

0) Формирование ассортимента выпускаемой продукции

1) Формирование оригинального имиджа организации

2) Формирование кадрового резерва организации

3) Разработка новых технологий производства

35. Работники бизнес организации являются целевой аудиторией для:
0)·**бизнес PR**
1) политического PR
2) PR силовых структур
3) социального PR

36. Устойчивый образ организации в представлении групп общественности - это:
0) определение рекламы
1) определение имиджа
2) определение PR
3) определение товара

37. Создание позитивного имиджа организации – это
0) определение миссии организации
1) главная проблема PR в бизнесе
2) задача социального PR
3) определение рекламы

38. Что из перечисленного ниже входит в понятие корпоративного имиджа:
0) имидж государственного лидера
1) имидж государственной политики
2) имидж государственной организации
3) имидж государственного флага

39. Влияют ли на имидж организации ее финансовые показатели:
0) да, влияют
1) влияют, если они ухудшаются
2) влияют, если они улучшаются
3) не влияют

40. Избирательная кампания – это
0) процесс сбора информации о регионе, где баллотируется кандидат
1) комплексный процесс по подготовке к выборам
2) процесс организации встреч с избирателями
3) процессы явления адресных групп кандидата

41. Годовое собрание акционеров является:
0) политическим PR
1) корпоративным мероприятием компании
2) мероприятием по выходу из кризисной ситуации
3) социальным PR

42. Акционеры компании являются:
0) целевой аудиторией для политического PR
1) целевой аудиторией для внутрикорпоративного PR
2) целевой аудиторией для социального PR
3) целевой аудиторией для избирательной компании руководителя предприятия

43. Информирование общественности по вопросам изменения законодательства является задачей:
0) политического PR
1) бизнес - PR
2) государственного PR
3) социального PR

44. Одной из задач государственного PR является:

0) обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти

1) обеспечение населения регулярной информацией о чрезвычайных происшествиях на дорогах

2) обеспечение населения регулярной информацией о жизни соотечественников в дальнем зарубежье

3) обеспечение населения регулярной информацией о жизни политиков и их членов семей

45. Что не является задачей государственного PR:

0) Обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти

1) Информирование общественности по вопросам законодательства

2) Информирование о ценах на товары и услуги в регионе

3) Просвещение общественности по вопросам, входящим в сферу ответственности органов власти

46. Что из перечисленного ниже входит в задачи PR исследований:

0) анализ изменения общественного мнения по итогам PR деятельности

1) прогноз развития организации

2) исследование зависимости числа клиентов от тарифной политики организации

3) оценка результатов PR кампании

47. Исследованием …

0) начинается PR кампания

1) начинается и заканчивается PR кампания

2) заканчивается PR - кампания

3) завершается этап планирования

48. Укажите правильную последовательность этапов исследования:

0) анализ информации - разработка программы исследований - сбор информации - формулировка выводов

1) разработка программы исследований - формулировка выводов - сбор информации - анализ информации

2) определение цели исследования - разработка программы исследований - сбор информации - анализ информации - формулировка выводов

3) сбор информации - разработка программы исследований - анализ информации - формулировка выводов

49. Укажите наиболее затратное исследование из перечисленных ниже:

0) анализ документов

1) контент - анализ

2) анкетный опрос

3) изучение результатов уже проведенных исследований

50. Что из перечисленного ниже является полевым исследованием:

0) контент анализ СМИ

1) изучение уже проведенных исследований

2) анкетный опрос

3) работа со статистическими справочниками

51. Особенностью кабинетных исследований является то, что:

0) они проводятся в непосредственном контакте с аудиторией

1) они проводятся поверхностно

2) они проводятся без контакта с целевой аудиторией

3) они позволяют получить лишь качественные показатели

52. Информационный повод пресс - конференции должен быть интересным и привлекательным прежде всего для:

0) сотрудников PR служб

1) журналистов

2) органов власти

3) специалистов

53. Что из перечисленного ниже не имеет прямого отношения к пресс - конференции:

0) пресс - папье

1) пресс - секретарь

2) пресс - кит

3) пресс - релиз

54. Совокупность мнений индивидов относительно общей проблемы, затрагивающей интересы какой-либо группы людей - это:

0) пресс - кит

1) общественное мнение

2) результат исследований

55. Согласны ли Вы с тем, что «Общественным мнением легко манипулировать»:

0) Нет, не согласен

1) Да, согласен

2) Нельзя сказать ни да, ни нет, так как научно это еще не доказано

3) В тесте нет правильного ответа

56. Географический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам:

0) по полу

1) по психологическим характеристикам и образу жизни

2) по территориальным границам

3) по возрасту

57. Демографический подход в определении целевых групп выделяет группы по следующим признакам:

0) по психологическим характеристикам

1) по полу, возрасту и т.п.

2) по территориальным границам

3) по образу жизни

58. PR-это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между:

0) организацией и службами рекламы

1) организацией и средствами массовой информации

2) организацией и ее общественностью

3) организацией и службами PR

59. Какое из средств массовой информации является самым массовым:

0) радио

1) телевидение

2) пресса

60. Формирование стойкого мнения, отношения, взглядов, представлений путем доказательства привлекательности той или иной идеи или цели называется:

0) внушением

1) убеждением

2) программированием

3) гипнозом

61. Непосредственное привитие психических состояний, то есть идей, чувствований и ощущений, не требующее никаких доказательств и не нуждающееся в логике называется:

0) убеждением
1) принуждением
2) программированием
3) внушением

62. Можно ли изменить общественное мнение, действуя на подсознательном уровне?

0) Можно обычным принуждением
1) Можно технологиями нейро - лингвистического программирования
2) Можно обычным убеждением
3) Нельзя

63. Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ называется:

0) черный PR
1) клевета (диффамация)
2) голубой PR
3) красный PR

64. Директ - мэйл - это:

0) веб - сайт директора компании
1) прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам
2) электронное письмо другу
3) электронный адрес

65. Подготовка граждан к жизни и работе в информационном обществе является одной из задач:

0) PR служб
1) государственной информационной политики
2) СМИ
3) маркетинговых исследований

66. Создание и эффективное использование национальных информационных ресурсов является одной из задач:

0) PR служб
1) государственной информационной политики
2) СМИ
3) маркетинговых исследований

3.5. Промежуточный контроль (вопросы к экзамену) (формирование компетенций ОПК - 3, УК – 1, УК – 6)

1. Организация научно – исследовательской деятельности.
2 .Организационная структура науки в Российской Федерации.
3.Подготовка, использование и повышение квалификации научных кадров.
4. Методологические основания научно - исследовательской деятельности.
5. Методология как высший уровень теоретического знания, учение о методах познания и преобразования действительности, применение принципов мировоззрения к процессу познания, творчеству и практике.
6. Использование системного анализа при изучении сложных, взаимосвязанных друг с другом проблем.
7. Элементы теории и методологии научного исследования.
8. Методы психологической активации коллективной творческой деятельности: «мозговой штурм», алгоритм решения изобретательских задач и др.

9. Формулировка проблемы, обоснование ее актуальности.

10. Обоснование цели, задач, объекта и предмета исследования.

11. Формулирование и интерпретация основных понятий.

12. Системный анализ объекта и предмета исследования. Обоснование его исследовательской модели.

13. Формулировка рабочих гипотез.

14. Классификация, организационная структура, направления и этапы научно – исследовательской деятельности.

15. Особенности фундаментальных, прикладных и поисковых научно-исследовательских работ (НИР).

16. Оценка экономической эффективности темы исследования.

17. Последовательность выполнения НИР.

18. Основные этапы НИР, их цели, задачи, содержание и особенности выполнения.

19. Научная информация. Поиск, получение, накопление и обработка научной информации.

20. Полнота, достоверность и оперативность информации о важнейших научных достижениях и лучших мировых и отечественных образцах продукции как необходимый фактор организации научных исследований и современного решения научно - технических задач.

21. Информационные системы. Системы научной коммуникации.

22. Информационные продукты и технологии, базы и банки данных. Информационные сети.

23. Научные документы и издания, их классификация.

24. Организация работы с научной литературой.

25. Теоретические исследования.

26. Задачи и методы теоретических исследований.

27. Методы расчленения и объединения элементов исследуемой системы (объекта, явления).

28. Основные понятия общей теории систем.

29. Проведение теоретических исследований: анализ физической сущности процессов, явлений; формулирование гипотезы исследования; построение (разработка) физической модели;

30. Проведение статистического исследования; анализ теоретических решений; формулирование выводов.

31. Использование статистических методов в исследованиях.

32. Моделирование как метод практического или теоретического опосредованного оперирования объектом. Виды моделей.

33. Экспериментальные исследования.

34. Классификация, типы и задачи эксперимента.

35. Методика и программа эксперимента.

36. Содержание и разработка методики эксперимента.

37. Основные элементы плана эксперимента.

38. Обработка и анализ экспериментальных результатов.

Коллективная научно – исследовательская деятельность.

39. Организация и принципы управления научным коллективом.

40. Основные принципы работы с людьми: принцип информированности о существе проблемы; принцип превентивной оценки работы; принцип инициативы снизу; принцип тотальности; принцип перманентного информирования; принцип непрерывной деятельности; принцип индивидуальной компенсации; принцип учета типологических особенностей восприятия инноваций различными людьми.

41. Качественная работа с документами, ускорение их составления и оформления как важный элемент совершенствования управления коллективом.

42. Виды деловых совещаний, пути повышения их эффективности.

43. Формирование и методы сплочения научного коллектива.

44. Психологические аспекты взаимоотношения руководителя и подчиненного.

45. Научная организация и гигиена умственного труда.

46. Последовательность организации научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

47. Формирование исследовательского коллектива.

48. Разработка план – графика всех этапов исследования. Координация проведения всех этапов исследования: взаимоувязки сопредельных структур, проблем и т.п.

49. Оформление результатов научного исследования.

50. Оформление полученных результатов в виде отчета, доклада, статьи и т.д. Требования, предъявляемые к научной рукописи.

51. Аннотация и реферат научной работы.

52. Устное представление результатов научной работы. Подготовка доклада и выступление с докладом.

53. Методика и методы научного исследования в сфере профессиональной деятельности.

54. Методы теоретических и эмпирических исследований.

55. Научное исследование и его специфика в области рекламной деятельности.

56. Социологические и социально – психологические методы способы получения информации в сфере профессиональной деятельности.

57. Неформализованные методы анализа документов (традиционные, качественные).

58. Формализованные методы анализа документов (качественно – количественные, контент - анализ).

59. Принципы контент – анализа (объективность, систематичность, обобщенность).

60. Информационно – аналитическая структура научного обеспечения деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации: зачет.

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент:

- показывает хорошие знания изученного учебного материала
- самостоятельно, логично, последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса;
- полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса;
- показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется:

- при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала;
- в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы;
- при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине «Основы научных исследований в медийной сфере» выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Шкала оценивания	**Описание**

Отлично	Задание выполнено в полном объеме на достаточном уровне. Работа велась систематизировано и последовательно. Оценочное задание отличается креативностью, отличным качеством выполнения, твердостью и уверенностью правильных ответов на экзаменационные вопросы. Обучающийся: - на высоком уровне способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); - на высоком уровне способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий *(УК-1).* - на высоком уровне способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).
Хорошо	Задание выполнено в полном объеме на достаточном уровне. Работа велась систематизировано и последовательно. Оценочное задание отличается креативностью, отличным качеством выполнения, уверенностью ответов на экзаменационные вопросы. Обучающийся: - хорошо владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); - хорошо владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1). - хорошо владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).
Удовлетворительно	Задание выполнено в полном объеме на среднем уровне. Работа велась систематизировано и последовательно. Оценочное задание отличается недостаточной креативностью, средним качеством выполнения, нерешительностью и неуверенностью ответов на экзаменационные вопросы. Обучающийся: - на удовлетворительном уровне владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); - на удовлетворительном уровне владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1). - на удовлетворительном уровне владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и

	способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).
Неудовлетворительно	Задание не выполнено или выполнено частично на низком уровне. Работа велась не систематизировано и не последовательно. Оценочное задание отличается отсутствием креативности и низким качеством ответов (отсутствием ответов) на вопросы. Обучающийся: - не владеет способностью анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); - не владеет способностью осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1). - не владеет способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК – 6).