Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 16:33:53
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/
«26» февраля 2026

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности»

Направление подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки **«Технологии анализа медиасферы»**

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Заочная

Москва 2026 г.

Разработчик:

Профессор кафедры «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии», доктор экономических наук, профессор  Ю.А. Романова

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии», кандидат экономических наук, доцент  Ю.О. Алтунина

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине. 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы. 6
3. Структура и содержание дисциплины. 6
3.1. Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения) 7
3.2. Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения) 8
3.3. Содержание дисциплины 9
3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 10
3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 10
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 11
4.1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы 11
4.2. Основная литература 12
4.3. Дополнительная литература: 12
5. Материально - техническое обеспечение дисциплины 13
6. Методические рекомендации 13
6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 13
6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 14
7. Фонд оценочных средств 16
7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения 16
7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения 17
7.3. Оценочные средства 19

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

Цель дисциплины «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» – формирование у студентов комплекса представлений, знаний и навыков по реализации результатов научных исследований в рекламной и PR-деятельности.

Задачи дисциплины «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности»:

– освоить организацию и пути реализации результатов научного исследования в рекламной и PR-деятельности;

– оценить роль и значение PR в продвижении и реализации рекламных проектов: исследование рынка товаров и услуг;

– изучить возможности реализации результатов социально-психологического исследования целевых аудиторий;

– научиться проводить оценку возможностей практического применения результатов научных исследований в рекламной и PR-деятельности;

– освоить современные способы и пути реализации результатов научных и проектных исследований в рекламной и PR-деятельности

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся магистратуры должен овладеть следующими результатами обучения:

Знать:

– основные понятия и особенности прикладной исследовательской деятельности (медиасфера);

– основные признаки и понятия прикладной науки; сущность научных исследований, основные формы и способы реализации результатов научных исследований;

– общую методологию научного исследования, основные пути реализации результатов научного исследования в рекламной и PR-деятельности;

– современные методы научного познания, методику исследования и направления реализации результатов научного исследования в рекламной и PR-деятельности;

– как осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта с целью, а также возможностей его практического применения.

Уметь:

– организовывать и проводить научные в сфере профессиональной деятельности, оценивать этапы и программу прикладного исследования применительно к условиям рекламной и PR-деятельности;

– внедрять результаты исследования и оценивать эффективность научных исследований в медийной сфере;

– исследовать маркетинговые коммуникации в целях реализации результатов научного исследования по проблемам рекламы и PR;

– проводить анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий на этапе реализации результатов научного исследования.

Владеть:

– навыками использования PR в продвижении рекламных проектов для исследования рынка товаров и услуг;

– способностью социально-психологического исследования целевых аудиторий и путями их реализации;

– навыками проведения исследований деятельности сотрудников компаний в сфере рекламы и PR с последующей подготовкой необходимых научно-практических рекомендаций;

– навыками принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

– способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности;

– способностью определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

Обучение по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» направлено на формирование у обучающихся следующих *компетенций:*

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1. Представляет политические и экономические механизмы функционирования, правовых и этических норм регулирования. ИОПК-5.2. Умеет выявлять и учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем в масштабе региона, страны и мира. ИОПК-5.3. Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем с учетом различных механизмов их функционирования.
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Владеет инструментарием оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере. ИОПК-7.2. Понимает принципы социальной ответственности. ИОПК-7.3. Определяет причинно-следственные связи эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности.
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и

	междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания ИУК-6.2. Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям ИУК-6.3. Выстраивает собственную профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» относится к дисциплинам базовой части Б1.Б3. дисциплин учебного плана образовательной программы магистратуры.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

– Основы научных исследований в медийной сфере;
– Основы научных исследований в креативных индустриях;
– Теория коммуникаций;
– Технологии рекламы и связей с общественностью;
– Коммуникационные технологии медиаанализа.

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

– Социология рекламы;
– Методы и техники презентации результатов научных исследований;
– Психология рекламы и связей с общественностью;
– Научно-исследовательская работа.

3. Структура и содержание дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

- для очной и очно-заочной формы обучения – 2 зачетные единицы (72 часа),

- для заочной формы обучения – 3 зачетные единицы (108 академических часа).

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

3.1.1. Для заочной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего)	**14**			14	
В том числе:					
Лекции	2			2	
Практические (семинарские) занятия (ПЗ)	12			12	
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	**94**			94	
В том числе:					
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
Прочие виды СРС					
Контроль					
Вид промежуточной аттестации				Зачет	
Общая трудоемкость 108 час / 3 зач. ед.	**108/3**			108	

3.2. Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

3.2.1. Заочная форма обучения

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоя-тельная работа
			Лекции	Семи-нары	Практи ческие занятия	
3-й семестр						
1.	Введение в дисциплину «Реализация научных исследований в рекламной и PR деятельности». Алгоритм и формы реализации результатов научно-исследовательской работы.	5	1			4
2.	Специфика проведения научно-исследовательской работы в сфере рекламы и PR. Пути реализации результатов научных исследований в рекламной и PR -деятельности.	8	1		1	6
3.	Внедрение результатов научно-исследовательской работы в практическую деятельность.	13	-		1	12
4.	Реализация результатов социологического исследования в рекламной и PR-деятельности.	13	-		1	12
5.	Реализация результатов маркетинговых исследований в рекламной и PR-деятельности.	13	-		1	12

6.	Экономический анализ в рекламной и PR-деятельности.	14	-		2	12
7.	Практика реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности.	14	-		2	12
8.	Реализация и внедрение в практику результатов комплексных научных исследований проблем рекламы и PR.	14	-		2	12
9.	Правовое и документальное сопровождение процесса внедрения в практику результатов научных исследований в сфере рекламной и PR-деятельности.	14	-		2	12
	Зачет, контроль		-			
	Итого 3 семестр	108	2		12	94
	Всего	108	2		12	94

3.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину «Реализация научных исследований в рекламной и PR деятельности». Алгоритм и формы реализации результатов научно-исследовательской работы.

Этапы планирования и реализации научно-исследовательской работы. Формы реализации научно-исследовательской работы. Конечная форма реализации результатов научно-исследовательской работы - внедрение. Этапы и виды внедрения результатов научно-исследовательской работы. Апробация результатов научно-исследовательской работы. Оценка эффективности научно-исследовательской работы и ее критерии.

Тема 2. Специфика проведения научно-исследовательской работы в сфере рекламы и PR. Пути реализации результатов научных исследований в рекламной и PR-деятельности.

Специфика научно-исследовательской работы в рекламной и PR–деятельности. Практика внедрения результатов научно-исследовательской работы в рекламной и PR – деятельности на современном этапе. Совершенствование организации внедрения результатов научных исследований в области рекламы и PR.

Тема 3. Внедрение результатов научно-исследовательской работы в практическую деятельность.

Формы внедрения результатов научно-исследовательской и методической деятельности. Публикации. Акты внедрения. Гранты на разработку проблем по тематике научно-исследовательской работы, темы на договорных условиях, международное признание. Выступления на научных форумах, конференциях и т.д. Результаты участия в смотрах, конкурсах, олимпиадах и т.п. Учитывается масштаб, уровень мероприятия и результат. Структура основных видов научной продукции. Доклад. Тезисы доклада. Научный отчет. Реферат. Монография.

Тема 4. Реализация результатов социологического исследования в рекламной и PR-деятельности.

Значение социологического исследования в практике рекламных и PR-кампаний. Виды социологического исследования. Использование в практике рекламной и PR-деятельности умений и навыков внедрения результатов исследовательских и проектных работ.

Тема 5. Реализация результатов маркетинговых исследований в рекламной и PR-деятельности.

Виды и инструменты маркетинговых исследований. Область приложения маркетинговых исследований. Маркетинговый анализ в рекламе и связях общественностью. Внедрение результатов маркетинговых исследований в практику рекламной и PR-деятельности.

Тема 6. Экономический анализ в рекламной и PR-деятельности. Моделирование и бизнес-планирование. Проектная деятельность и ее методологическое обеспечение.

Тема 7. Практика реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности. Разработка программ реализации результатов научного исследования в сфере рекламы и PR. Этапы в процессе реализации данных научного исследования в сфере рекламы и PR. Подходы к оценке эффективности рекламной и PR кампании как результат их практического применения.

Тема 8. Реализация и внедрение в практику результатов комплексных научных исследований проблем рекламы и PR. Систематический сбор и анализ информации с целью повышения практической эффективности PR деятельности (социологические исследования, маркетинговые исследования, психологические исследования, предтестирование и посттестирование PR и рекламного продукта, медиаисследования).

Тема 9. Правовое и документальное сопровождение процесса внедрения в практику результатов научных исследований в сфере рекламной и PR деятельности. Акт. Договор. Контракт. Изучение положения продукции среди конкурентов. Продвижение нового или модернизированного товара или услуги.

3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Для очной формы обучения:

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость, часы
1	Тема 1. Введение в дисциплину «Реализация научных исследований в рекламной и PR деятельности». Алгоритм и формы реализации результатов научно-исследовательской работы.	2
2	Тема 2. Специфика проведения научно-исследовательской работы в сфере рекламы и PR. Пути реализации результатов научных исследований в рекламной и PR -деятельности.	2
3	Тема 3. Внедрение результатов научно – исследовательской работы в практическую деятельность.	2
4	Тема 4. Реализация результатов социологического исследования в рекламной и PR-деятельности.	2
5	Тема 5. Реализация результатов маркетинговых исследований в рекламной и PR-деятельности.	2
6	Тема 6. Экономический анализ в рекламной и PR-деятельности.	2
7	Тема 7. Практика реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности.	2
8	Тема 8. Реализация и внедрение в практику результатов комплексных научных исследования проблем рекламы и PR.	2
9	Тема 9. Правовое и документальное сопровождение процесса внедрения в практику результатов научных исследований в сфере рекламной и PR-деятельности.	2
	Итого	18

Для очно-заочной формы обучения:

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость, часы
1	Тема 1. Введение в дисциплину «Реализация научных исследований в рекламной и PR деятельности». Алгоритм и формы реализации результатов научно-исследовательской работы.	
2	Тема 2. Специфика проведения научно-исследовательской работы в сфере рекламы и PR. Пути реализации результатов научных исследований в рекламной и PR -деятельности.	
3	Тема 3. Внедрение результатов научно – исследовательской работы в практическую деятельность.	2
4	Тема 4. Реализация результатов социологического исследования в рекламной и PR-деятельности.	2
5	Тема 5. Реализация результатов маркетинговых исследований в рекламной и PR-деятельности.	2
6	Тема 6. Экономический анализ в рекламной и PR-деятельности.	2
7	Тема 7. Практика реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности.	2
8	Тема 8. Реализация и внедрение в практику результатов комплексных научных исследования проблем рекламы и PR.	2

9	Тема 9. Правовое и документальное сопровождение процесса внедрения в практику результатов научных исследований в сфере рекламной и PR-деятельности.	2
	Итого	14

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость, часы
1	Тема 1. Введение в дисциплину «Реализация научных исследований в рекламной и PR деятельности». Алгоритм и формы реализации результатов научно-исследовательской работы.	
2	Тема 2. Специфика проведения научно-исследовательской работы в сфере рекламы и PR. Пути реализации результатов научных исследований в рекламной и PR -деятельности.	1
3	Тема 3. Внедрение результатов научно – исследовательской работы в практическую деятельность.	1
4	Тема 4. Реализация результатов социологического исследования в рекламной и PR-деятельности.	1
5	Тема 5. Реализация результатов маркетинговых исследований в рекламной и PR-деятельности.	1
6	Тема 6. Экономический анализ в рекламной и PR-деятельности.	2
7	Тема 7. Практика реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности.	2
8	Тема 8. Реализация и внедрение в практику результатов комплексных научных исследования проблем рекламы и PR.	2
9	Тема 9. Правовое и документальное сопровождение процесса внедрения в практику результатов научных исследований в сфере рекламной и PR-деятельности.	2
	Итого	12

3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Курсовая работа по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» не предусмотрена

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

www.researcher.ru— Портал исследовательской деятельности учащихся

www.vernadsky.dnttm.ru— сайт Всероссийского Конкурса юношеских исследовательских работ им. В. И. Вернадского.

www.konkurs.dnttm.ru— обзор исследовательских и научно-практических юношеских конференций, семинаров конкурсов и пр.

http://www.inion.ru/PRoduct/db_2.htm - Институт научной информации по общественным наукам Российской Академии Наук (ИНИОН РАН)

http://fuji.viniti.msk.su/ - Всероссийский институт научной и технической информации (ВИНИТИ)

http://www.nlr.ru:8101/ Российская национальная библиотека

Деловая библиотека ЦМТ (Центральной Международной торговли)

http://www.rubricon.ru/ - Крупнейший энциклопедический ресурс Интернета

http://lib.febras.ru/katalog/katalog.htm - Центральная научная библиотека ДВО РАН

http://www.gpntb.ru/win/search/ Государственная публичная научно-техническая библиотека России (ГПНТБ России)

http://uwh.lib.msu.su/ - Научная библиотека МГУ им. М.В. Ломоносова

Программное обеспечение для рекламных исследований

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

MicrosoftOffice Стандартный 2007(Word, Excel, PowerPoint).

4.2. Основная литература

1. Емельянова, И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация: учебник для вузов / И. Н. Емельянова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 107 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17095-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/564684 (дата обращения: 22.03.2026).

2. Мокий, М. С. Методология научных исследований: учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий; под редакцией М. С. Мокия. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18527-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/582949 (дата обращения: 22.03.2026).

3. Сладкова, О. Б. Основы научно-исследовательской работы : учебник и практикум для вузов / О. Б. Сладкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15305-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/588723 (дата обращения: 22.03.2026).

4. Шорохова С.П. Логика и методология научного исследования: учебное пособие - М.: Издательский дом «ИМЦ, 2022. - 134 с.

5. Янковская, В. В. Организация научно-исследовательской работы студентов (магистров): Учебное пособие / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 2, перераб. и доп. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 345 с. - (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-012783-5. - ISBN 978-5-16-106816-8 (электр. издание): Б. ц. - Текст: непосредственный.

6. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации/Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 488 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159 (дата обращения: 14.08.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02089-6. – Текст: электронный.

4.3. Дополнительная литература:

1. Бизнес-проектирование в креативных индустриях: учебник для вузов / Л. Г. Ахметшина, Е. М. Григорьева, Е. Н. Капура [и др.]; Финансовый университет. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 312 с. – ISBN 978-5-394-06191-2. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2227360 (дата обращения: 22.03.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Корнилова, Л. Л. Введение в креативные индустрии: учебное пособие / Л. Л. Корнилова, З. А. Абдурашидова, К. А. Мясникова. — Москва: *Дело, 2025. — 104 с. — ISBN 978-5-85006-682-6. — Текст: электронный* // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/158580.html (дата обращения: 24.02.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Лебедева Т.В., Матецкая М.В., Трабская Ю.Г. Креативные индустрии: коммуникационные и организационно-правовые модели. Учебно-методическое пособие. СПб.: ООО «Издательство «Левша. Санкт-Петербург», 2023. – 130 с.

4. Поиск стратегических возможностей реализации проектов креативных индустрий: учеб. пособие / сост.: М. С. Вареник, Д. М. Журавлев, И. С. Соболев, В. К. Чаадаев. - СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2024. — 176 с.

5. Сокорнов, И. Р. Методология исследования креативных индустрий / И. Р. Сокорнов // Креативная экономика. – 2025. – Т. 19, № 2. – С. 277-302.

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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности».

Целесообразные к применению в рамках дисциплины «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» образовательные технологии изложены в п.10 настоящей рабочей программы.

Технологическая карта дисциплины, содержащая методику определения итогового Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности семестрового рейтинга студента по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности», 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности», 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности».

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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» в 2-м и 3-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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности», 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» в семестрах изучения дисциплины.

Возможной (по выбору студента) формой СРС по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности 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 программе рекомендациями для подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности». Список основной и дополнительной литературы и обязательных к изучению нормативно - правовых документов по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» приведен в настоящей рабочей программе. Следует отдавать предпочтение изучению нормативных документов по соответствующим разделам дисциплины «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» по сравнению с их адаптированной интерпретацией в учебной литературе.

Решение задач в разрезе разделов дисциплины «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности».

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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» фиксируются преподавателем/методистом кафедры, являются открытыми и служат базовым основанием для формирования семестрового рейтинга по дисциплине.

Текущая аттестация по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» проводится в формах контрольных работ, оценки защиты реферата и компьютерного тестирования;

Примерные задания для контрольных работ, а также вопросы компьютерного тестирования по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» в обоих семестрах изучения дисциплины проходит в форме зачета. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Реализация научных исследований в рекламной и PR-деятельности» 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 - 5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	**Промежуточный контроль:** зачет (2 и 3 семестры) **Текущий контроль**: опрос на практических занятиях; самостоятельное выполнение заданий, написание реферата, выполнение контрольных работ, тестирование.	1-9
ОПК - 7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	**Промежуточный контроль** **Промежуточный контроль:** зачет (2 и 3 семестры) **Текущий контроль**: опрос на практических занятиях; самостоятельное выполнение заданий, написание реферата, выполнение	1-9

		контрольных работ, тестирование.	
УК - 1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	**Промежуточный контроль:** зачет (2 и 3 семестры) **Текущий контроль**: опрос на практических занятиях; самостоятельное выполнение заданий, написание реферата, выполнение контрольных работ, тестирование.	1-9
УК - 6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	**Промежуточный контроль:** зачет (2 и 3 семестры) **Текущий контроль**: опрос на практических занятиях; самостоятельное выполнение заданий, написание реферата, выполнение контрольных работ, тестирование.	1-9

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 компетенций ОПК-5, ОПК-7, 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 для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– на высоком уровне способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 некоторыми ошибками ответил на все контрольные вопросы, однако при их обнаружении успешно исправляет их, демонстрирует среднюю активность на практических занятиях.

Обучающийся:

– хорошо владеет способностью принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– хорошо владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 не все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, в работах обучающегося обнаружены ошибки в большинстве ответов на контрольные вопросы, при их обнаружении испытывает трудности с их исправлением, демонстрирует низкую активность на практических занятиях.

Обучающийся:

– на удовлетворительном уровне владеет способностью принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– на удовлетворительном уровне владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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: не выполнены практические задания, предусмотренные практическими занятиями, в работах, демонстрирует низкую активность на практических занятиях, отмечается большое число пропусков практических занятий.

Обучающийся:

– не владеет способностью принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– не владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

«5» отлично: все задания контрольной работы выполнены без ошибок в течение отведенного на работу времени; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; отсутствуют орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

– на высоком уровне способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– на высоком уровне способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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: задания в контрольной работе выполнены с незначительными ошибками в течение отведенного на работу времени; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; присутствуют незначительные орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

– хорошо владеет способностью принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– хорошо владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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: отмечается множество ошибок в заданиях контрольной работы; работа сдана не в срок; сделаны неправильно выводы и обобщения; присутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

– на удовлетворительном уровне владеет способностью принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– на удовлетворительном уровне владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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: работа не сдана или задания в контрольной работе выполнены не полностью или неправильно; отсутствуют или сделаны неправильно выводы и обобщения; присутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

– не владеет способностью принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона,

страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– не владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 реферата (формирование компетенций ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

«5» отлично: тема реферата актуальна и раскрыта; 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 для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– на высоком уровне способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 не полностью раскрыта; реферат подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата практически соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; подготовлен доклад, излагаемый без использования опорного конспекта.

Обучающийся:

– хорошо владеет способностью принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– хорошо владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 не полностью раскрыта; реферат не подготовлен в установленный срок; оформление, структура и стиль изложения реферата не полностью соответствуют предъявляемым требованиям к оформлению документа; реферат выполнен самостоятельно, отсутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; в реферате встречаются орфографические и стилистические ошибки.

Обучающийся:

– на удовлетворительном уровне владеет способностью принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их

функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– на удовлетворительном уровне владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

- не владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

- 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-5, ОПК-7, 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 блока технических заданий (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 для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– на высоком уровне способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– хорошо владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– на удовлетворительном уровне владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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 принимать профессиональные решения и анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

– не владеет способностью оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);

– 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»:

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: политические и экономические механизмы функционирования медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира и особенности правовых и этических норм регулирования.	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний политических и экономических механизмов функционирования медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира и особенности правовых и этических норм регулирования.	Обучающийся демонстрирует неполный объем знаний политических и экономических механизмов функционирования медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира и особенности правовых и этических норм регулирования. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний политических и экономических механизмов функционирования медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира и особенности правовых и этических норм регулирования., но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний политических и экономических механизмов функционирования медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира и особенности правовых и этических норм регулирования. Свободно оперирует приобретенным и знаниями.

уметь: анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений самостоятельно, анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений анализировать актуальные тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира. Свободно оперирует приобретенным и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
владеть: навыками принятия профессиональных решений исходя из результатов анализа актуальных тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками принятия профессиональных решений исходя из результатов анализа актуальных тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира.	Обучающийся владеет навыками принятия профессиональных решений исходя из результатов анализа актуальных тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность	Обучающийся частично владеет навыками принятия профессиональных решений исходя из результатов анализа актуальных тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки,	Обучающийся в полном объеме владеет навыками принятия профессиональных решений исходя из результатов анализа актуальных тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира.

		владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	
ОПК-7 – способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.				
знать: как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний того, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний того, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний того, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний того, как оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

уметь: оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	В полном объёме умеет оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.
владеть: навыками оценивания и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками оценивания и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Обучающийся владеет навыками оценивания и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду	Обучающийся частично владеет навыками оценивания и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических	Обучающийся в полном объеме владеет навыками оценивания и прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

		показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	
УК-1 – способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.				
Знать: принципы сбора, отбора и обобщения исторической информации, извлекаемой из различных источников, специфику системного подхода для выработки стратегии действий	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное знаний принципов сбора, отбора и обобщения исторической информации, извлекаемой из различных источников, специфику системного подхода для выработки стратегии действий	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний принципов сбора, отбора и обобщения исторической информации, извлекаемой из различных источников, специфику системного подхода для выработки стратегии действий. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний принципов сбора, отбора и обобщения исторической информации, извлекаемой из различных источников, специфику системного подхода для выработки стратегии действий, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний принципов сбора, отбора и обобщения исторической информации, извлекаемой из различных источников, специфику системного подхода для выработки стратегии действий. свободно оперирует приобретенным и знаниями

Уметь: находить необходимую информацию, критически осмысливать ее	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет находить необходимую информацию, критически осмысливать ее	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений находить необходимую информацию, критически осмысливать ее. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений находить необходимую информацию, критически осмысливать ее. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений находить необходимую информацию, критически осмысливать ее. Свободно оперирует приобретенным и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
Владеть: методами и приемами критического мышления	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методами и приемами критического мышления	Обучающийся владеет необходимым методами и приемами критического мышления, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет методами и приемами критического мышления. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет методами и приемами критического мышления, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

УК-6 - способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.				
Знать: основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное знаний основ планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний основ планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний основ планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний соответствия основ планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда продукта любого уровня. свободно оперирует приобретенным и знаниями
Уметь: расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач;	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельну	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельну	Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельну

подвергать критическому анализу проделанную работу.	в решении профессиональных задач; подвергать критическому анализу проделанную работу.	ю деятельность в решении профессиональных задач; подвергать критическому анализу проделанную работу. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	ю деятельность в решении профессиональных задач; подвергать критическому анализу проделанную работу. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	ю деятельность в решении профессиональных задач; подвергать критическому анализу проделанную работу. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
Владеть: навыками выявления стимулов для саморазвития; навыками развития способностей к: самоорганизации, ориентации на достижение результата и эффективному использованию времени (тайм-менеджмент).	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками выявления стимулов для саморазвития; навыками развития способностей к: самоорганизации, ориентации на достижение результата и эффективному использованию времени (тайм-менеджмент).	Обучающийся владеет навыками выявления стимулов для саморазвития; навыками развития способностей к: самоорганизации, ориентации на достижение результата и эффективному использованию времени (тайм-менеджмент). , допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей.	Обучающийся частично владеет навыками выявления стимулов для саморазвития; навыками развития способностей к: самоорганизации, ориентации на достижение результата и эффективному использованию времени (тайм-менеджмент). Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических	Обучающийся в полном объеме владеет навыками выявления стимулов для саморазвития; навыками развития способностей к: самоорганизации, ориентации на достижение результата и эффективному использованию времени (тайм-менеджмент). , свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

		Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	

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 (подготовка реферата)
(формирование компетенций ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

Примерная тематика рефератов:

1. Этапы планирования и реализации научно-исследовательской работы.
2. Формы реализации научно-исследовательской работы.
3. Конечная форма реализации результатов научно-исследовательской работы – внедрение.
4. Этапы и виды внедрения результатов научно-исследовательской работы.
5. Апробация результатов научно-исследовательской работы.
6. Оценка эффективности научно-исследовательской работы и ее критерии.
7. Специфика проведения научно-исследовательской работы в сфере рекламы и PR.
8. Пути реализации результатов научных исследований в рекламной и PR-деятельности.
9. Специфика научно-исследовательской работы в рекламной и PR –деятельности.
10. Практика внедрения результатов научно-исследовательской работы в рекламной и PR-деятельности на современном этапе.
11. Совершенствование организации внедрения результатов научных исследований в области рекламы и PR.
12. Внедрение результатов научно – исследовательской работы в практическую деятельность.
13. Формы внедрения результатов научно-исследовательской и методической деятельности.
14. Научные публикации. Акты внедрения. Гранты на разработку проблем по тематике научно-исследовательской работы, темы на договорных условиях, международное признание.
15. Выступления на научных форумах, конференциях и т.д. Результаты участия в смотрах, конкурсах, олимпиадах и т.п.
16. Структура основных видов научной продукции. Доклад. Тезисы доклада. Научный отчет. Реферат. Монография.
17. Реализация результатов социологического исследования в рекламной и PR-деятельности.
18. Значение социологического исследования в практике рекламных и PR - кампаний.
19. Виды социологического исследования.
20. Использование в практике рекламной и PR - деятельности умений и навыков внедрения результатов исследовательских и проектных работ.

21. Реализация результатов маркетинговых исследований в рекламной и PR-деятельности.

22. Виды и инструменты маркетинговых исследований. Область приложения маркетинговых исследований.

23. Маркетинговый анализ в рекламе и связях общественностью. Внедрение результатов маркетинговых исследований в практику рекламной и PR- деятельности.

24. Экономический анализ в рекламной и PR- деятельности.

25. Моделирование и бизнес-планирование.

26. Проектная деятельность и ее методологическое обеспечение.

27. Практика реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности.

28. Разработка программ реализации результатов научного исследования в сфере рекламы и PR. Этапы в процессе реализации данных научного исследования в сфере рекламы и PR.

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

30. Реализация и внедрение в практику результатов комплексных научных исследований проблем рекламы и PR.

31. Систематический сбор и анализ информации с целью повышения практической эффективности PR деятельности (социологические исследования, маркетинговые исследования, психологические исследования, предтестирование и посттестирование PR и рекламного продукта, медиаисследования).

32. Правовое и документальное сопровождение процесса внедрения в практику результатов научных исследований в сфере рекламной и PR деятельности.

33. Акт. Договор. Контракт.

34. Изучение положения продукции среди конкурентов.

35. Продвижение нового или модернизированного товара или услуги.

Текущий контроль (выполнение контрольной работы по формированию компетенций ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

Вариант А.

1. Дайте развернутые ответы на следующие задания:

2. Выстройте логику научного аппарата исследования.

3. Почему нельзя рассматривать задачи исследования до гипотезы исследования?

4. Раскройте основные способы обработки исследовательских данных.

5. В чем заключается творчество и новаторство в научном исследовании?

На основании выбранной темы НИР определите компоненты научного аппарата исследования: проблему, противоречие, актуальность, объект и предмет исследования (общее для 2-х вариантов).

Вариант Б.

1. Дайте развернутые ответы на следующие вопросы:

2. Как соотносятся задачи исследования и его структура?

3. Раскройте содержание компонентов научного аппарата.

4. В чем особенности обработки исследовательских данных, полученных различными методами?

5. В чем проявляется научная добросовестность и этика исследователя?

На основании выбранной темы НИР разработайте компоненты научного аппарата исследования: проблему, противоречие, актуальность, объект и предмет исследования (общее для двух вариантов).

Контрольная работа включает 5 заданий. Выбор заданий и варианта задания для обучающихся закреплен за преподавателем.

Тестовые задания по дисциплине (формирование компетенций ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

1. Слово «информация» в переводе с латинского означает:
А) развивать;
Б) передавать;
В) осведомлять;
Г) собирать.

2. Какое из перечисленных свойств маркетинговой информации не относится к ее основным свойствам:
А) актуальность;
Б) полнота;
В) достоверность;
Г) релевантность;
Д) адресность.

3. Информация, собранная до проводимого исследования, исходя из других целей, называется:
А) первичной;
Б) вторичной.

4. Текущая маркетинговая информация имеет период поступления:
А) больше 1 года;
Б) от 1 месяца до 1 года;
В) от 1 часа до 1 месяца.

5. Информация, получаемая в соответствии с ритмом работы изучаемого объекта, называется:
А) мониторинговой;
Б) дискретной;
В) эпизодической.

6. Когда характеристики объекта представлены в виде описания, то преобладает:
А) количественная информация;
Б) качественная информация.

7. Какой из перечисленных видов информации не относится к иконографической информации:
А) видеозаписи;
Б) произведения изобразительного искусства;
В) аудиозаписи.

8. Сам объект (субъект), который создает информацию в соответствии с поставленными целями ее сбора, является:
А) источником первичной информации;
Б) источником вторичной информации.

9. Коммуникации, осуществляемые с клиентами, с поставщиками, посредниками или сотрудниками самого предприятия, относятся к:
А) синдикативным источникам информации;
Б) специфическим источникам информации;

В) неофициальным источникам информации.

10. Группа источников маркетинговой информации, которая издается специализированными исследовательскими фирмами по результатам проведенных ими инициативных исследований, относится к:

А) синдикативным источникам информации;

Б) специфическим источникам информации;

В) неофициальным источникам информации.

11. В процессе реализации кабинетных маркетинговых исследований обычно используется:

А) первичная информация;

Б) вторичная информация.

12. Какой из перечисленных пунктов процедуры маркетингового исследования не входит в блок его реализации?

А) подготовка персонала;

Б) выбор формы контроля работы персонала;

В) формирование бюджета;

Г) сбор информации и контроль работы персонала.

13. Какой из перечисленных методов маркетинговых исследований нельзя назвать полевым?

А) контент-анализ;

Б) опрос;

В) наблюдение;

Г) эксперимент.

14. На каком этапе процедуры маркетингового исследования осуществляется подготовка аналитического отчета?

А) реализация исследования;

Б) постановка задач маркетингового исследования;

В) обработка и анализ информации;

Г) планирование программы исследования.

15. При каком способе организации маркетинговых исследований результаты, как правило, более объективны?

А) с помощью собственного исследовательского отдела;

Б) с помощью специализированного исследовательского агентства.

16. Для фирмы, решившей воспользоваться услугами специализированного исследовательского агентства, проведение исследования типа «омнибус» влечет:

А) сокращение расходов;

Б) увеличение расходов.

17. При каком способе организации маркетинговых исследований можно рассчитывать на большую конфиденциальность?

А) с помощью собственного исследовательского отдела;

Б) с помощью специализированного исследовательского агентства.

18. Субъекта, отвечающего на вопросы анкеты, называют:

А) интервьюер;

Б) респондент;
В) модератор.

19. Совокупность постоянно функционирующих приемов и ресурсов для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной информации с целью ее использования для принятия эффективных маркетинговых решений – это:
А) маркетинговая информация;
Б) маркетинговое исследование;
В) маркетинговая информационная система.

20. Метод сбора первичной информации путем пассивной регистрации исследователем определенных процессов, действий, поступков людей, событий, которые могут быть выявлены органами чувств – это:
А) контент-анализ;
Б) опрос;
В) наблюдение;
Г) эксперимент.

Промежуточный контроль (вопросы к зачету) (формирование компетенций ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

Примерный перечень вопросов к зачету (2-й и 3-й семестры)

1. Этапы планирования и реализации научно-исследовательской деятельности (ОПК-5, ОПК-7, УК-6).
2. Реализация результатов научно-исследовательской деятельности и их практическая значимость (ОПК-5, УК-1, УК-6).
3. Внедрение как конечная форма реализации результатов научно-исследовательской работы (ОПК-5, УК-6).
4. Этапы внедрения результатов НИР (ОПК-5, УК-1, УК-6).
5. Понятие апробации и внедрения результатов исследования (ОПК-5, УК-1, УК-6).
6. Эффективность и критерии оценки научной работы (ОПК-5, ОПК-7, УК-6).
7. Оценка эффективности работы научного работника и научного коллектива (ОПК-5, ОПК-7).
8. Реализация научных исследований в рекламной и PR деятельности как одно из обязательных условий успешной профессиональной деятельности (ОПК-5, ОПК-7, УК-6).
9. Внедрение в практику результатов научно-исследовательской деятельности (ОПК-5, ОПК-7).
10. Формы внедрения результатов научно-исследовательской и методической деятельности (УК-1, УК-6).
11. Научные публикации как путь реализации результатов научного исследования (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6).
12. Акты внедрения (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6).
13. Гранты на разработку проблем по тематике НИР, темы на договорных условиях, международное признание (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6).
14. Выступления на научных форумах, конференциях и т.д. (ОПК-5, ОПК-7, УК-6).
15. Способы и принципы реализаций результатов аналитического исследования применительно к условиям рекламной и PR деятельности (ОПК-5, ОПК-7).
16. Способы и принципы реализации результатов теоретического исследования применительно к условиям рекламной и PR деятельности (ОПК-5, ОПК-7).
17. Способы и принципы реализации результатов экспериментального исследования применительно к условиям рекламной и PR деятельности (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6).

18. Реализация данных социологического исследования рынка товаров и услуг (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6).

19. Понятие и виды социологического исследования, его место и роль в организации и проведении PR- и рекламных кампаний (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6).

20. Использование социологической информации в практических целях PR- и рекламных кампаний (ОПК-5, ОПК-7, УК-6).

21. Реализация данных маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью (ОПК-5, УК-6).

22. Виды и область приложения маркетинговых исследований (ОПК-5, ОПК-7).

23. Маркетинговый анализ в сфере связей общественности и рекламы (ОПК-5, ОПК-7, УК-6).

24. Возможности использования результатов маркетинговых исследований в практике профессиональной PR-коммуникации и рекламной деятельности (ОПК-5, ОПК-7, УК-6).

25. Методы экономического анализа в рекламе и связях с общественностью (ОПК-7, УК-1, УК-6).

26. Возможности практической реализации и оценки эффективности кампаний в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой, политической и социокультурной сферах (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

27. Разработка программ реализации результатов научного исследования в сфере рекламы и PR (ОПК-5, ОПК-7, УК-6)

28. Этапы в процессе реализации данных научного исследования в сфере рекламы и PR (ОПК-5, ОПК-7, УК-1)

29. Различные подходы к оценке эффективности рекламной и PR кампании как результат их практического применения (ОПК-5, ОПК-7, ПКО-3, УК-1, УК-6)

30. Проблемы документального сопровождения процесса внедрения в практику результатов научных исследований в сфере рекламной и PR деятельности (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

31. Конкуренция научных исследований в области рекламы и PR и ее практическое значение (ОПК-7, УК-1, УК-6)

32. Реализация и внедрение в практику результатов комплексных научных исследования проблем рекламы и PR (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

33. Систематический сбор и анализ информации с целью повышения практической эффективности PR деятельности (ОПК-5, ОПК-7, УК-6)

34. Участие в реализации рекламных и PR – технологий (ОПК-5, ОПК-7, УК-1)

35. Составление практических рекомендаций по внедрению результатов научных исследований в сфере рекламы и PR (ОПК-5, ОПК-7, УК-1, УК-6)

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.