

ФГБОУ ВО «АГУ»	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Адыгейский государственный университет»
	Рабочая программа дисциплины (модуля)
	СМК. ОП-2/РК-7.3.3

УТВЕРЖДАЮ
Дека́н филологического факультета
 _____ **У.М. Панеш**
28 августа 2018г.



Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.Б.04 Научные исследования в рекламе и PR

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью»


Факультет филологический

Кафедра литературы и массовых коммуникаций

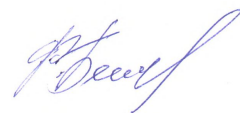
Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры литературы и массовых коммуникаций,

протокол № 1 «28» августа 2018 г.

Заведующий кафедрой: д. филолог.н., проф. Бешукова Ф.Б.



Составитель (разработчик) программы: д. филолог.н., проф. Бешукова Ф.Б.



РПД адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Оглавление

	стр.
Пояснительная записка	3
1. Цели и задачи дисциплины (модуля)	4
2. Объём дисциплины (модуля) по видам учебной работы	5
3. Содержание дисциплины (модуля)	5
4. Самостоятельная работа студентов	6
5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	7
6. Методические рекомендации преподавателю и методические указания обучающимся по дисциплине (модулю)	9
7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	15
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	17
9. Лист регистрации изменений	21

Пояснительная записка

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Технологии рекламы и связей с общественностью.

РП представляет собой совокупность дидактических материалов, направленных на реализацию содержательных, методических и организационных условий подготовки по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Технологии рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам базовой части блока Б1.

Трудоемкость дисциплины: 4 з. е., 144 ч.

Контактная работа: ОДО - 24,3 ч., ОЗФО – 16,3 ч.

занятия лекционного типа: ОДО - 8 ч., ОЗФО – 4ч.

практические занятия: ОДО – 16 ч., ОЗФО – 12ч.

иная контактная работа: 0,3ч. (ОДО, ОЗФО);

СР ОДО - 841ч.; ОЗФО – 90ч.

Контроль – ОДО – 35,7ч.. ОЗФО – 35,7ч.

КПР (ОЗФО) – 2ч.

Ключевые слова: реклама, паблик рилейшнз, коммуникация, информация, пресс-служба, синергетика, теоретические методы научного познания.

Составитель: Бешукова Ф.Б., д. филолог. н., проф. кафедры литературы и массовых коммуникаций.

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

общекультурные компетенции (ОК):

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

профессиональные компетенции (ПК):

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

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

- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

Показателями компетенций являются:

Знание методологии научного исследования; теоретических основ деятельности рекламы и PR

Владение эмпирическими и теоретическими методами научного познания.

Умение определять цели и задачи научного исследования, а также выбирать адекватную им научную методологию.

2. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы
Таблица 1. Объем дисциплины (модуля) по видам учебной работы
(общая трудоемкость в зачетных единицах: 4)

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		II
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа	24,3	24,3
Лекции (Л)	8	12
Практические занятия (П)	12	12
Самостоятельная работа (СРС)	16	84
Курсовая работа	+	+
ИКР	0,3	
Контроль	35,7	35,7
Вид итогового контроля	Экзамен	Экзамен

Очно-заочная форма обучения
(общая трудоемкость в зачетных единицах: 4)

Виды учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		III
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа	16,3	16,3
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (П)	12	12
Самостоятельная работа (СРС)	90	90
Курсовая работа (проект)	+	+
ИКР	0,3	0,3
Контроль	35,7	35,7
КПР	2	2
Вид итогового контроля	Экзамен	Экзамен

3. Содержание дисциплины (модуля)
Таблица 2. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модулей)	Объем в часах			
		Всего	Л	ПЗ	СР
Тема 1	Обзор основных направлений развития научных исследований в России и за рубежом.	11	2		9
Тема 2	Методология и методика научного	13	2	2	9

	исследования.				
Тема 3	Общая схема хода научного исследования и использование методов НИ в области совершенствования коммерческой деятельности и ее эффективности.	11		2	9
Тема 4	Научное исследование, его сущность и особенности.	13	2	2	9
Тема 5	Источники информации в научных исследованиях коммерческой деятельности.	11		2	9
Тема 6	Интернет как один из перспективных источников информационного обеспечения фундаментальных и прикладных научных исследований.	11		2	9
Тема 7	Постановка и решение научных проблем в различных сферах коммерческой деятельности.	11		2	9
Тема 8	Основные направления научных исследований в Российской Федерации (в целом по стране, по региональной дислокации научных школ, в сравнении с другими странами).	13	2	2	9
Тема 9	Основные направления научных исследований в зарубежных странах (в отдельно взятой стране, по группе стран или по регионам земного шара). Роль науки в международных отношениях.	11,3		2,3	9
Итого:		144	8	16,3	81 (35,7)

Очно-заочная форма обучения (4 з.е.)
3 семестр

Номер раздела	Наименование разделов и тем дисциплины (модулей)	Объем в часах			
		Всего	Л	ПЗ	СР
Тема 1	Обзор основных направлений развития научных исследований в России и за рубежом.	14	2	2	10
Тема 2	Методология и методика научного исследования.	12		2	10
Тема 3	Общая схема хода научного исследования и использование методов НИ в области совершенствования коммерческой деятельности и ее эффективности.	14	2	2	10

Тема 4	Научное исследование, его сущность и особенности.	12	2		10
Тема 5	Источники информации в научных исследованиях коммерческой деятельности.	12		2	10
Тема 6	Интернет как один из перспективных источников информационного обеспечения фундаментальных и прикладных научных исследований.	12		2	10
Тема 7	Постановка и решение научных проблем в различных сферах коммерческой деятельности.	12		2	10
Тема 8	Основные направления научных исследований в Российской Федерации (в целом по стране, по региональной дислокации научных школ, в сравнении с другими странами).	12		2	10
Тема 9	Основные направления научных исследований в зарубежных странах (в отдельно взятой стране, по группе стран или по регионам земного шара). Роль науки в международных отношениях.	12	0,3	2	10
Итого:		144	4,3	16+ 2КПР	90+ 35,7

4. Самостоятельная работа обучающихся

4.1. Темы курсовых проектов

1. Проблемы классификации и основные направления в области связей с общественностью.
2. Проблема определения приемов и методов создания имиджа и управления репутацией.
3. Научные подходы к корпоративному стилю и имиджевой корпоративной рекламе.
4. Характеристика особенностей формирования и развития российской школы «Паблик рилейшнз».
5. Различные научные критерии оценки эффективности PR.
6. Научные принципы использования средств коммуникации в кризисных коммуникациях.
7. Методологии исследования психологического воздействия на динамику и направление активности социальных групп в обществе.
8. Влияние социокультурных факторов на проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
9. Использование гендерных стереотипов при проведении кампаний в сфере связей с общественностью.
10. Использование мифов при проведении кампаний в сфере связей с общественностью;
11. Проблема манипулятивных технологий при проведении кампаний в сфере связей с общественностью.
12. Психолингвистические технологии в связях с общественностью.
13. Роль стереотипов в связях с общественностью.

14. Использование суггестивных технологий при проведении кампаний в сфере связей с общественностью.
15. Трансформация мифа как социально-исторической коммуникации.
16. Исторические особенности взаимоотношения мифа и рациональности в культуре.
17. Миф в структуре массового сознания.
18. Миф как форма ментальной репрезентации.
19. Использование мифа как механизма воздействия на массовое сознание.
20. Проблема массового сознания в информационном обществе.
21. Мифологизация сознания как механизм массовой идентификации.
22. Механизмы мифологизации массового сознания в условиях информационного общества.
23. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью.
24. Разработка методики определения эффективности мероприятий в сфере связей с общественностью.
25. История развития и становления связей с общественностью в России.
26. Современные коммуникационные технологии в связях с общественностью.
27. Перспективы и пути развития связей с общественностью.
28. Новые технологии PR и практика их внедрения (на примере деятельности одного из агентств).
29. Использование современных научных исследований в практике PR в Российских условиях.

4.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Таблица 3. Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Разделы или темы рабочей программы	Форма отчетности
1	Индивидуальное домашнее задание	1 – 9	Конспект, устный ответ
2	Реферат	1 – 9	реферат в письменной форме
3	Доклад	1 – 9	Доклад в письменной форме
4	Самоподготовка	1 – 9	Устное сообщение, конспект
5	Конспектирование	1,4,6,8, 9	конспект
6	Презентация	1-9	презентация
7	Исследовательская	1 – 9	реферат
8	Работа с электронными учебниками, электронными носителями информации	1 – 9	Материалы к занятиям, список библиографии по теме
9	Работа в интернете	1 – 9	Работа с дистанц. заданиями

1. Электронные ресурсы на основе лицензионных договоров ФГБОУ ВО «АГУ»

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии. В настоящее время включает более 130 тыс. наименований. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС АГУ на платформе аппаратно-программного комплекса ООО КДУ <http://adynet.bibliotech.ru> Ресурс содержит электронные аналоги трудов преподавателей АГУ. Обеспечивает доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru образовательный ресурс, электронная библиотека и интернет-магазин, где читают и покупают электронные и печатные учебники авторов – преподавателей ведущих университетов для всех уровней профессионального образования, а также пользуются видео- и аудиоматериалами, тестированием и сервисами для преподавателей. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ЭБС «Лань» www.e.lanbook.com Российский разработчик и поставщик современных образовательных IT-решений, флагманский продукт «Лани» – собственная электронно-библиотечная система (ЭБС), предоставляющая образовательным организациям доступ к электронным версиям книг ведущих издательств учебной, научной, профессиональной литературы и периодики по различным направлениям подготовки. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ФГБУ «Российская государственная библиотека» <http://dvs.rsl.ru> Состав пополняется объемом диссертаций по всем специальностям (кроме медицины и фармации), что составляет около 30000 диссертаций в год. Доступ к полным текстам диссертаций только в отделе электронных публикаций НБ АГУ. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

ООО «Научная электронная библиотека» (НЭБ) www.elibrary.ru Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии и образования, в том числе электронные версии более 3900 российских научно-технических журналов, из которых более 2800 журналов в открытом доступе. НЭБ eLIBRARY содержит платформу Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Режим доступа: для зарегистрированных пользователей.

Некоммерческое партнерство «Ассоциированные региональные библиотечные консорциумы» (АРБИКОН) <http://arbicon.ru/services/> это крупнейшая межведомственная межрегиональная библиотечная сеть страны, располагающая совокупным информационным ресурсом, который дает возможность найти более 50 миллионов документов в 57 регионах страны и уточнить, в фондах каких библиотек их можно получить.

Некоммерческое партнерство «Национальный электронно-информационный консорциум» (НЭИКОН) www.neicon.ru объединяет возможности российских библиотек и научных организаций для корпоративного доступа к электронным базам данных научных периодических изданий, предлагаемых российскими и зарубежными издательствами и информационными агентствами.

ООО «Фактор Плюс» (СПС «Консультант Плюс») www.consultant.ru – это современная справочная система, обеспечивающая большое количество возможностей при работе с текстовыми правовыми документами. Программа предназначена для качественного оперативного снабжения правовой информацией юристов, а также других лиц, использующих в своей работе нормативно-правовую документацию.

ООО «Компания АПИ «ГАРАНТ» www.garant.ru Справочно-правовая система «Гарант» – это программное приложение для компьютера, в котором содержится полная, подвергнутая систематизации и постоянно обновляемая законодательная информация.

Международные базы данных научных изданий

Web of Science <https://apps.webofknowledge.com> Наукометрическая реферативная база данных журналов и конференций. Позволяет получить доступ к большому объему исследовательской литературы мирового класса, связанной с тщательно отобранным списком журналов. Режим доступа: IP адреса университета

Scopus <https://www.scopus.com/search/> – это наукометрическая реферативная база данных, входящая в базу данных SciVerse компании Elsevier. SciVerse объединяет в себе материалы из коллекции рецензированной литературы SciVerse Scopus, собрания полнотекстовых статей SciVerse ScienceDirect, доступ к которой определяется условиями подписки. Режим доступа: IP адреса университета.

2. Интернет-ресурсы открытого доступа (Open Access)

Официальный сайт науки и высшего образования РФ <https://minobrnauki.gov.ru/>

Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/> Ресурс обеспечивает свободный доступ к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов, к электронной библиотеке учебно-методических материалов для общего и профессионального образования и к ресурсам системы федеральных образовательных порталов, объединяет в единое информационное пространство электронные ресурсы свободного доступа для всех уровней образования в России.

Базы данных ИНИОН РАН <http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/> Общий объём массивов составляет более 3 млн. 800 тыс. записей (данные на 30 января 2019 г.). Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей. В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН.

Университетская информационная система Россия uisrussia.msu.ru Тематическая электронная библиотека и база для исследований и учебных курсов в области экономики, управления, социологии, лингвистики, философии, филологии, международных отношений и других гуманитарных наук.

Библиотеки России

Президентская библиотека	им. Б.Н. Ельцина,	г. Санкт-Петербург
Российская государственная библиотека	(РГБ),	г. Москва
Российская национальная библиотека	(РНБ),	г. Санкт-Петербург
Государственная публичная научно-техническая библиотека России (ГПНТБ), г. Москва		

СМИ и информационно-библиотечное дело

Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика : журнал

МедиаСпрут : каталоги СМИ России, стран СНГ и Балтии, дальнего зарубежья

EVARTIST-Библиотека : книги и статьи о журналистике, рекламе и PR

Союз журналистов России

Клуб научных журналистов

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).

Таблица 4. Основная литература

№ п/п	Библиографическое Описание
1	Оконечникова, Л.В. Психологические методы исследования рекламы : учебно-методическое пособие / Л.В. Оконечникова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 125 с. : ил., табл. - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276353 (19.01.2017).
2	Джефкинс, Ф. Реклама : учебное пособие / Ф. Джефкинс. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 547 с. - (Зарубежный учебник). - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117328 (14.12.2016).
3	Джафаров, К.А. Исследования в рекламе : учебное пособие / К.А. Джафаров. - Новосибирск : НГТУ, 2010. - 92 с. - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957 (29.11.2016).

Таблица 5. Дополнительная литература

1.	Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие для вузов. - М. : Финансы и статистика, 2004. - 320 с.
2.	Костина, А.В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник. - М. : КноРус, 2008.
3.	Кузьмин, А.В. Позиционирование торговых брендов средствами рекламы, роль имиджевой и информационной рекламы / А.В. Кузьмин. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 100 с. - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140464 (19.01.2017).
4.	Куликов, М.Д. Исследование и формирование имиджа товарной марки / М.Д. Куликов. - М. : Лаборатория книги, 2010. - 106 с. - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87036 (29.11.2016).
5.	Ласкова, М.В. Лингвокультурные особенности языковой игры в рекламной картине мира : монография / М.В. Ласкова, Ю.В. Попова. - Ростов-н/Д : ИПО ЮФУ, 2013. - 128 с. - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241155 (19.01.2017).
6.	Марусева, И.В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И.В. Марусева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 419 с. : ил. - Библиогр. в кн. - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141 (19.01.2017).
7.	Оконечникова, Л.В. Психологические методы исследования рекламы : учебно-методическое пособие / Л.В. Оконечникова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 125 с. : ил., табл. - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276353 (25.11.2016).

8.	Мобильные телекоммуникации. 2013, № 3 [Электронный ресурс] / М.: Профи-Пресс, 2013. - 49 с. - 1562-4293. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139413 (дата обращения 28.12.2013).
9.	Вестник МГУ. Сер. 10, Журналистика
10.	Вестник МГУ Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация
11.	Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки
12.	Известия РАН. Серия литературы и языка
13.	Культурная жизнь Юга России
14.	Научная мысль Кавказа

Таблица 6. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Название (адрес) ресурса
1	Web-сайт Yahoo: http://www.yahoo.com
2	Web-сайт компании Microsoft: www.Microsoft.com
3	Проект Журналист Journalist PRO http://www.journalist-pro.com/wip.php
4	http://www.auditorium.ru
5	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) http://fcior.edu.ru
6	Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании" http://www.ict.edu.ru
7	Регистр полнотекстовых и библиографических ресурсов WWW для библиотек Электрон. ресурс. – Режим доступа: http://www.ruslibnet.ru:8101/dc/cybd/restypes.html
8	Служба тематических толковых словарей. Электрон. ресурс. – Режим доступа: http://www.glossary.ru
9	Сервер on-line-тестирования Адыгейского государственного университета http://test.adygnet.ru
10	Электронный ресурс библиотеки АГУ http://agulib.adygnet.ru

6. Методические рекомендации преподавателю и методические указания обучающимся по дисциплине (модулю).

Методические рекомендации преподавателю

Дисциплина «Научные исследования в рекламе и PR» относится к обязательным дисциплинам базовой части дисциплин ФГОС ВО. Большое количество аудиторных часов выделяется на практические занятия, проводимые под непосредственным руководством преподавателя. Усвоение теоретических знаний и закрепление их на практике является одним из условий полноценной подготовки будущего магистра по направлению Реклама и связи с общественностью. Практические занятия проводятся в форме групповых дискуссий,

интерактивных занятий, деловых игр, докладов, защиты рефератов, презентаций проектов, круглых столов с приглашением педагогов по специальности.

Интерактивные занятия проводятся с целью обучения магистров совместной групповой деятельности, для выработки совместной тактики и стратегии взаимодействия по предложенной преподавателем теме.

Деловые игры используются преподавателем на практическом занятии с целью моделирования предстоящей работы магистрантов. Деловые игры создают огромные возможности для развития опыта научно-творческой деятельности будущих специалистов. Преподаватель, до начала проведения игры предлагает тему, к которой магистрантов готовятся заранее, распределяются роли.

Презентация проводится в виде доклада, фотовыставки, видеоролика, выставки работ участников группы и др. На презентацию выделяется не более 7-8 минут. Необходимо время для обсуждения. На одном занятии достаточно 1- 2-х презентаций.

Методические рекомендации по осуществлению текущего и итогового контроля

Продуктивность освоения курса оценивается на основе показателей развития магистранта по трем критериям: когнитивному, деятельностному, личностному.

Когнитивные критерии основываются на количественных и качественных описаниях эффективности процесса обучения:

- пополнение знаний (по сравнению с исходным уровнем);
- реальный объем знаний (по сравнению с требованиями стандарта);
- актуализации знаний при решении познавательных и практических задач;
- применение знаний в новых ситуациях;
- эффективность использования в практической деятельности.

Деятельностные критерии позволяют оценить сформированность познавательных и практических умений:

- объем умений (по сравнению с эталонным перечнем, содержащимся в образовательном стандарте);
- полноту операционального состава данного умения;
- усвоение опорной теоретической основы умения;
- интегрированность (комплексность);
- устойчивость;
- гибкость (перенос в новые ситуации);
- действенность.

Личностные критерии позволяют оценить развивающий характер обучения: мотивы учения;

- динамику интеллектуального развития;
- личностный смысл полученных знаний, удовлетворенность процессом обучения;
- способность к рефлексии;
- готовность к самообразованию и самовоспитанию.

Знания, умения и навыки студентов оцениваются в ходе текущего и/или итогового контроля (аттестации) по учебной дисциплине.

Формы текущего контроля должны быть доведены до магистрантов на первом занятии.

Текущий контроль может включать в себя качественную и/или количественную системы оценок работы студента во время обучения. Допускается использование любой шкалы выбранных систем оценок - традиционной пятибалльной, 100-балльной, рейтинговой и т.п. В качестве итогового контроля могут быть использованы результаты текущего контроля (например, тестирование и т.д.). В случае несогласия студента по использованию оценок текущего контроля, он имеет право на итоговый контроль.

Оценка знаний студента производится по результатам итогового контроля (или процедуры его заменяющей) с учетом результатов текущего контроля. Знания и умения студента определяются следующими оценками: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов

Проводимая при изучении дисциплины «Научные исследования в рекламе и PR» самостоятельная работа магистрантов решает следующие задачи:

- изучение и закрепление учебного материала по учебникам, учебным пособиям;
- приобретение навыков поиска необходимой информации;
- развитие творческого мышления обучающихся;
- воспитание трудолюбия, целеустремленности, самодисциплины, умения планировать свое время;
- приобщение части наиболее подготовленных обучающихся к научно- исследовательской работе и приобретение навыков ведения этой работы.

Изучение дисциплины «Научные исследования в рекламе и PR» предполагает выполнение, прежде всего, следующих видов самостоятельной работы обучающихся:

- выполнение тестовых заданий;
- изучение основной и дополнительной литературы;
- чтение и анализ периодики по управлению персоналом с дальнейшим рецензированием статей.

Методические рекомендации обучающимся Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине «Научные исследования в рекламе и PR»

Рассмотрим, как организовать эффективное восприятие материала основной и дополнительной литературы по изучаемой дисциплине.

Инструкция: 1. Работайте с заголовками!

сформулируйте для себя, о чем пойдет речь в тексте;
вспомните все, что вы уже знаете на эту тему;
поставьте вопросы, на которые, по вашему мнению, в тексте будут даны ответы;
попытайтесь, насколько это возможно, дать на эти вопросы предположительные ответы до чтения текста;

приступив к чтению, сопоставляйте выдвинутые вами предположения с реальными содержанием текста.

2. Работайте с текстом!

читая, следите, есть ли в тексте непонятные слова и выражения. Если есть, найдите к ним объяснение в словаре по менеджменту;

непонятным может быть само содержание с пройденным, но плохо усвоенным материалом. Подумайте, не станет ли текст понятным, если разобрать конкретные примеры.

3. Ведите диалог с автором!

по ходу всего чтения ставьте вопросы к тексту и выдвигайте свои предположения о дальнейшем его содержании; —

проверяйте свои предложения в процессе ее чтения. Если вы не можете дать предположительные ответы на свои вопросы, ищите эти ответы в тексте. Если не можете найти ответ, помните, что в тексте его может и не быть. В таких случаях пытайтесь найти недостающие сведения в других источниках.

4. Выделяйте главное!

читая текст, старайтесь отделить в нем главное от второстепенного;
обдумайте, в какой части текста выражена главная мысль и что эту мысль поясняет или дополняет;

по ходу чтения составляйте план (устный или письменный) или конспект текста;
составляйте схемы, таблицы, отражающие существенные моменты текста;
в случае необходимости делайте выписки;

рассматривайте все данные в учебнике примеры и придумывайте свои.

На протяжении работы старайтесь представить себе то, о чем вы читаете!

5. Запомните материал!

1. Объясните себе, в чем связь мыслей - пунктов вашего плана.

2. Перескажите текст по плану.

3. Ответьте на вопросы учебника или вопросы для самоконтроля в учебном пособии.

6. Проверьте себя!

1. Ответив на вопросы, проверьте по учебнику или пособию правильность своего ответа.
2. После пересказа проверьте, все ли выделенное вами пересказано и не было ли при этом ошибок.

Продуктивность работы с книгой будет значительно выше, если читать регулярно, систематически, не допуская больших перерывов. Если даже уделять работе с книгой хотя бы по одному часу через день, постоянно в памяти будет поддерживаться связь вновь прочитанного с прочитанным прежде. Читать надо в таком порядке, чтобы содержание каждой новой книги связывалось с тем запасом знаний по менеджменту, который уже имеется, чтобы неизвестное, новое присоединялось к уже известному. Чтение и анализ периодики по управлению персоналом с дальнейшим конспектированием или рецензированием наиболее понравившихся статей.

Чтобы найти интересующую статью в журнале, следует ознакомиться с перечнями статей в последнем номере журнала за год. Студенты должны работать с новыми публикациями в журналах (за последние 5 лет). Перед рецензированием статьи, ее необходимо согласовать с преподавателем. Конспекты статей оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор статьи, место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен 22 конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда студент сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

Для того чтобы студент осознал себя не только потребителем, но распространителем нового знания, целесообразно использовать групповую форму организации самостоятельной работы. В рамках небольшой группы (2-4 человека) студенты работают над решением одной задачи. Каждый, проделывая самостоятельно определенную (но имеющую законченный вид) часть работы, затем «вносит» это «в общий котел». Например, выполняя общее задание – «представить обзор содержания журнала «Управление персоналом» за 2014 год» или «охарактеризовать тематическую направленность журнала «Кадровое дело», «представить аналитический обзор журнальных публикаций по определенной проблеме за 2010-2014 гг.» (указывается несколько периодических изданий, по которым следует вести поиск), один из участников творческой группы создает аннотированный библиографический список, второй и третий готовят рецензии наиболее интересных статей, четвертый, проанализировав состав авторов, систематизирует эти сведения в форме таблицы. Отдельные документы в определенном порядке собираются под единым названием. На обсуждение аудитории выносятся завершённый (суммарный) «продукт» самостоятельной деятельности. Студент

имеет возможность реально оценить свой вклад в общее дело, осознать ответственность за конечный результат.

Рецензирование статей из периодики. Объем рецензии не должен превышать одну страницу (при размере шрифта 14, через полтора интервала). Рекомендуемая структура рецензии:

- цель публикации, по мнению студента;
- характер публикации (научная, прикладная, учебная, рекламная, иная);
- последовательность и логика изложения; язык работы;
- доступность изложения;
- результаты, полученные автором публикации, их обоснованность;
- достоинства публикации;
- недостатки публикации;
- степень новизны результатов, по мнению студента.

В рецензии не рекомендуется пересказывать содержание публикации, ее назначение - критический анализ и оценка. Рецензия как отчетный материал по самостоятельной работе студентов учитывается при итоговой оценке знаний.

Методические указания и рекомендации по написанию курсовой работы по дисциплине «Научные исследования в рекламе и PR»

Курсовая работа по данному курсу подготавливается студентом самостоятельно, должна носить творческий характер, по своему содержанию и оформлению быть приближенной к научному исследованию. Исполнитель может выбрать тему из предложенной тематики. Также следует принимать во внимание свои научные и профессиональные интересы, связывая содержание работы с задачами конкретной организации (например, той, где работал или работает обучающийся). В обоснованных случаях тема может быть избрана обучающимся вне тематического списка. При подготовке курсовой работы обучающемуся предварительно следует подобрать различные литературные, периодические, нормативные и другие источники и материалы, систематизируя и обобщая при этом нужную информацию по теме. Необходимо осуществлять творческий подход к использованию собранной информации, критически оценивая отражаемые в источниках сведения и данные. Представляется важным раскрыть не только теоретическое состояние дел по рассматриваемому вопросу, а на примерах конкретной организации дать его решения с обоснованием прогрессивных и перспективных направлений совершенствования. Общие требования к курсовой работе:

- логическая последовательность и четкость изложения материала;
 - краткость и точность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования;
 - убедительность аргументации;
 - конкретность изложения материала и результатов работы;
 - информационная выразительность;
 - достоверность;
 - достаточность и обоснованность выводов.
- Структурно в курсовую работу в общем случае должны входить:
- титульный лист;
 - содержание (оглавление);
 - основная часть;
 - заключение;
 - список использованных источников;
 - приложения.

Выполнение тестовых заданий по дисциплине «Научные исследования в рекламе и PR»

Тестовая система предусматривает вопросы / задания, на которые обучающийся должен дать один или несколько вариантов правильного ответа из предложенного списка ответов. При поиске ответа необходимо проявлять внимательность. Прежде всего, следует иметь в виду, что в предлагаемом задании всегда будет один правильный и один неправильный ответ. Всех правильных или всех неправильных ответов (если это специально не оговорено в формулировке вопроса) быть не может. Нередко в вопросе уже содержится смысловая подсказка, что правильным является только один ответ, поэтому при его нахождении продолжать дальнейшие поиски уже не требуется. На отдельные тестовые задания не существует однозначных ответов, поскольку хорошее знание и понимание содержащегося в них материала позволяет найти такие ответы самостоятельно. Именно на это студентам и следует ориентироваться, поскольку полностью запомнить всю получаемую информацию и в точности ее воспроизвести при ответе невозможно. Кроме того, вопросы в тестах могут быть обобщенными, не затрагивать каких-то деталей. Тестовые задания сгруппированы по темам учебной дисциплины. Количество тестовых вопросов / заданий по каждой теме дисциплины определено так, чтобы быть достаточным для оценки знаний обучающегося по всему пройденному материалу.

7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями

обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля):

*специализированные помещения для проведения занятий лекционного типа – 232, 229, 233, 101;

*для семинарского типа занятий, групповых, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации – 234, 236, 237, 233, 229;

*специализированный учебно-методический кабинет литературы, оснащенный литературой и приспособленный для самостоятельной работы студентов- 230;

*специализированный учебно-методический кабинет русского языка, оснащенный литературой и приспособленный для самостоятельной работы студентов- 231;

*для активных и интерактивных занятий – 230, 231, 232, 234;

*информационный центр на базе компьютерного учебно-методического кабинета для проведения интерактивных занятий - 237;

*редакционно-издательский отдел научно-образовательного журнала «Вестник АГУ», обучающий современным издательским технологиям;

*технические средства обучения, служащие для представления учебной информации (компьютерный учебно-методический кабинет с выходом в Интернет, 22 компьютера, подключенных к Интернет), наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (наглядные пособия кабинета литературы и кабинета русского языка, мультимедийная доска, 3 кинопроектора, ноутбук, 3 телевизора, набор кинопрограмм);

*информационный центр АГУ;

*библиотека АГУ.

Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Apache OpenOffice пакет офисных приложений

LibreOffice пакет офисных приложений

Blender графический 3D пакет

GIMP растровый графический редактор

Inkscape	векторный графический редактор
Paint.NET	растровый графический редактор

9. Лист регистрации изменений

[illegible]