

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

«УТВЕРЖДАЮ»

Первый проректор-
проректор по учебной работе

Н.Н.Сухих



Февраля 2018 года

**ПРОГРАММА НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)
Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника
(бакалавр)

Форма обучения - **очная**

Санкт-Петербург
2018

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Научно-исследовательская работа обучающегося» являются: приобретение знаний о методологических основах организации исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, о методах и инструментах исследования, о способах и средствах решения проблем в сфере рекламы и связей с общественностью; формирование умений применять полученные знания в области практических форм и методов организации исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; а также становление навыков самостоятельного углубления и совершенствования знаний и практических навыков в области организации исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачами освоения дисциплины являются:

– приобретение знаний в сфере особенностей исследовательского мышления и конкретных приемов реализации принципов и правил организации научно-исследовательской деятельности решения, решения задач в процессе организации исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

– приобретение знаний в сфере базовых понятий и закономерностей, а также тенденций развития рекламы и связей с общественностью и путей повышения ее эффективности;

– формирование умений исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;

– формирование навыков использования инструментария поиска и работы с различными информационными источниками и презентации результатов своего труда;

– становление навыков практического применения базовых теоретических знаний в процессе изучения дисциплины и их применения в профессиональной деятельности.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Научно-исследовательская работа обучающегося» представляет собой дисциплину, относящуюся к блоку «Факультативы».

Дисциплина «Научно-исследовательская работа обучающегося» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: Имиджелогия, Компьютерные технологии и информатика, Основы интегрированных коммуникаций, Основы медиапланирования, Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

Разработка и технологии производства рекламного продукта, Теория и практика массовой информации, Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью.

Дисциплина «Научно-исследовательская работа студентов по тематике НИР выпускающей кафедры» является обеспечивающей для дисциплин: Основы интегрированных коммуникаций, ГИА.

Дисциплина изучается в 4, 5, 6 и 7 семестрах.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурными (ОК):

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

общепрофессиональными (ОПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

профессиональными (ПК):

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знать: основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; Владеть: навыками использования основ экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
(ОК-3)	
способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)	<p>Знать: методику осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>Уметь: осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>Владеть: навыками осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>
владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)	<p>Знать: методику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;</p> <p>Уметь: реализовывать методику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;</p> <p>Владеть: навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</p>
обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);	<p>Знать: основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, основы литературного редактирования, копирайтинга;</p> <p>Уметь: использовать основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, основы литературного редактирования, копирайтинга;</p> <p>Владеть: навыками использования создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга.</p>
способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9)	<p>Знать: методику проведения маркетинговых исследований;</p> <p>Уметь: проводить маркетинговые исследования;</p> <p>Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований.</p>
способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10)	<p>Знать: основы организации и проведения социологических исследований;</p> <p>Уметь: организации и проведения социологических исследований;</p> <p>Владеть: навыками организации и проведения социологических исследований.</p>
способностью	Знать: методики написания аналитических справок,

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)	обзоров и прогнозов; Уметь: использовать методики написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; Владеть: навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

4 Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестры			
		4	5	6	7
Общая трудоемкость дисциплины	144	36	36	36	36
контактная работа	61,2	16,3	14,3	16,3	14,3
лекции	-	-	-	-	-
практические занятия	60	16	14	16	14
семинары	-	-	-	-	-
лабораторные работы	-	-	-	-	-
курсовой проект (работа)	-	-	-	-	-
самостоятельная работа студента	48	11	13	11	13
промежуточная аттестация	-	-	-	-	-
Контактная работа	1,2	0,3	0,3	0,3	0,3
Самостоятельная работа по подготовке к (зачету, экзамену)	34,8	8,7	8,7	8,7	8,7
	Зачет	Зачет	Зачет	Зачет	Зачет

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции							Образовательные технологии	Оценочные средства
		ПК-3	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ПК-9	ПК-10	ПК-11		
Тема 1. Научно -	12	+	+	+	+	+	+	+	Л,	У

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции							Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-3	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ПК-9	ПК-10	ПК-11		
исследовательская и проектная деятельность: понятие, возможности, перспективы									ПЗ, СРС, ВК	
Тема 2. Культура научно-исследовательского поиска. Правила работы в библиотеке	12	+	+	+	+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	у
Тема 3. Методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью	14	+	+	+	+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	у
Тема 4. Формы и структура научно - исследовательских работ.	14	+	+	+	+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	у
Тема 5. Тема и научный аппарат учебного исследования	14	+	+	+	+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	у
Тема 6. Тематический реферат как учебно-исследовательская работа	14	+	+	+	+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	у
Тема 7. Курсовая работа: композиционное построение и оформление	14	+	+	+	+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	у
Тема 8. Выпускная квалификационная работа: структура, содержание, оформление	14	+	+	+	+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	у
Контактная работа										1,2

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции						Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-3	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ПК-9	ПК-10		
Контроль									1,2
Итого по дисциплине (модулю)									144

Сокращения: Л – лекция, ПЗ – практические занятия, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос.

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Научно - исследовательская и проектная деятельность: понятие, возможности, перспективы	-	6		6		12
Тема 2. Культура научно- исследовательского поиска. Правила работы в библиотеке	-	6		6		12
Тема 3. Методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью	-	8		6		14
Тема 4. Формы и структура научно - исследовательских работ.	-	8		6		14
Тема 5. Тема и научный аппарат учебного исследования	-	8		6		14
Тема 6. Тематический реферат как учебно-исследовательская работа	-	8		6		14
Тема 7. Курсовая работа: композиционное построение и оформление	-	8		6		14
Тема 8. Выпускная квалификационная работа: структура, содержание, оформление		8		6		14
Контактная работа						1,2

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Контроль						34,8
Итого по дисциплине (модулю)	-	60		48		144

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Научно-исследовательская и проектная деятельность: понятие, возможности, перспективы

Сущность исследовательской деятельности. Методы научного исследования. Требования к организации теоретических и практических исследований (для самостоятельного изучения). Виды информационных ресурсов (для самостоятельного изучения). Методы изучения теоретических источников (для самостоятельного изучения). Характеристика и требования к научному наблюдению. Правила ведения беседы, интервью. (для самостоятельного изучения) Правила составления анкет и проведения анкетирования. (для самостоятельного изучения). Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в рекламной деятельности. Основы философских знаний, главные этапы и закономерности исторического развития (для самостоятельного изучения). Основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (для самостоятельного изучения). Коммуникация в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (для самостоятельного изучения). Работа в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (для самостоятельного изучения). Самоорганизация и самообразование (для самостоятельного изучения). Профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (для самостоятельного изучения). Основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (для самостоятельного изучения).

Тема 2. Культура научно-исследовательского поиска. Правила работы в библиотеке

Рациональная организация учебного труда. Работа с каталогами в библиотеке (для самостоятельного изучения). Правила работы с журналом, газетой: составление библиографических карточек, подборка вырезок. (для самостоятельного изучения) Правила составления библиографии. (для самостоятельного изучения). Общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права (для самостоятельного изучения). Уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; пропаганды активного

долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний (для самостоятельного изучения). Основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (для самостоятельного изучения). Стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту рекламы и связей с общественностью (для самостоятельного изучения). Технологии рекламы и связей с общественностью (для самостоятельного изучения). Организация рекламы и связей с общественностью, выбор ресурсов и средств (для самостоятельного изучения).

Тема 3. Методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью

Методы сбора первичной информации. Опросные методы. Не опросные методы. Анкетирование. Логическая структура вопроса (для самостоятельного изучения). Композиция анкеты (для самостоятельного изучения). Методология и технология интервью. Изучение письменных документов (для самостоятельного изучения). Изучение случая (кейс-стади) как метода исследования (для самостоятельного изучения). Методы анализа эмпирических данных (для самостоятельного изучения). Работа над инновационными проектами (для самостоятельного изучения). Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью (для самостоятельного изучения). Проведение исследований социально-психологических особенностей потребителя с учётом национально-региональных и демографических факторов (для самостоятельного изучения). Выполнение инновационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью (для самостоятельного изучения). Организация проведения кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью (для самостоятельного изучения). Планирование разработки, организации и проведения массовых и имиджевых компаний (для самостоятельного изучения). Работа в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (для самостоятельного изучения).

Тема 4. Формы и структура научно - исследовательских работ

Формы научного произведения. Научный доклад. Научный отчёт. Научная статья. Дипломная работа. Формы учебно-исследовательских работ. Тематический реферат (для самостоятельного изучения). Курсовая работа. Структура научного произведения (для самостоятельного изучения). Структура учебно-исследовательских работ (для самостоятельного изучения). Требования к структурным элементам работы и их оформлению (для самостоятельного изучения). Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью (для самостоятельного изучения). Участие в проведении исследований по разработке, организации и проведении массовых и имиджевых компаний (для

самостоятельного изучения). Создание текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (для самостоятельного изучения). Написание аналитических справок, обзоров и прогнозов (для самостоятельного изучения).

Тема 5. Тема и научный аппарат учебного исследования

Организация исследования. Контрольные точки учебного исследования. Научный аппарат учебного исследования. Состав научного аппарата различных форм исследования. Проектирование стратегии исследования (для самостоятельного изучения). Проектирование тактики исследования (для самостоятельного изучения). Самоэкспертиза исследования (для самостоятельного изучения). Применение современных технологий в рекламе и связях с общественностью (для самостоятельного изучения). Проведение маркетинговых исследований (для самостоятельного изучения). Организация и проведение социологических исследований (для самостоятельного изучения).

Тема 6. Тематический реферат как учебно-исследовательская работа

Понятие «реферат». Цель написания реферата. Структура реферата. Композиционное построение тематического реферата (для самостоятельного изучения). Оформление реферата (для самостоятельного изучения). Доклад. Контрольная работа. Содержание реферата и технология его выполнения (для самостоятельного изучения). Разработка технологии современного брендинга на основе новейших информационных и коммуникационных технологий (для самостоятельного изучения). Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе (для самостоятельного изучения).

Тема 7. Курсовая работа: композиционное построение и оформление

Понятие «курсовая работа». Цели курсовой работы. Тема курсовой работы. Структура курсовой работы. Последовательность операций по выполнению курсовой работы. Оформление курсовой работы (для самостоятельного изучения). Список литературы. Речевые клише, используемые в научных текстах как средства связи между предложениями (для самостоятельного изучения). Определения оценочного характера, сочетающиеся с основными понятиями. Правила цитирования (для самостоятельного изучения). Письменная коммуникация (для самостоятельного изучения). Основы кросс-культурных коммуникаций (для самостоятельного изучения).

Тема 8. Выпускная квалификационная работа: структура, содержание, оформление

Цели выпускной квалификационной работы. Последовательность операций по выполнению выпускной квалификационной работы. Структура выпускной квалификационной работы. Требования к оформлению квалификационных работ. Список использованных источников (для самостоятельного изучения).

Приложения (для самостоятельного изучения). Основные критерии качества выпускной квалификационной работы (для самостоятельного изучения).

Основы интегрированных коммуникаций (для самостоятельного изучения). Основы медиапланирования (для самостоятельного изучения).

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
1	Практическое занятие 1. «Сущность исследовательской деятельности».	2
1	Практическое занятие 2. «Методы научного исследования»	2
1	Практическое занятие 3. «Виды информационных ресурсов»	2
2	Практическое занятие 4. «Методы изучения теоретических источников»	2
2	Практическое занятие 5. «Правила работы в библиотеке»	2
2	Практическое занятие 6. «Работа с каталогами в библиотеке»	2
3	Практическое занятие 7. «Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в рекламной деятельности»	2
3	Практическое занятие 8. «Проведение исследований социально-психологических особенностей потребителя с учётом национально-региональных факторов»	2
3	Практическое занятие 9. «Проведение исследований социально-психологических особенностей потребителя с учётом демографических факторов»	2
3	Практическое занятие 10. «Выполнение инновационных проектов в сфере рекламы»	2
4	Практическое занятие 11. «Формы научного произведения: Научный доклад. Научный отчёт»	2
4	Практическое занятие 12. «Формы научного произведения: научная статья. Дипломная работа»	2
4	Практическое занятие 13. «Формы учебно-исследовательских работ: тематический	2

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
	реферат»	
4	Практическое занятие 14. «Формы учебно-исследовательских работ: курсовая работа»	2
5	Практическое занятие 15. «Структура научного произведения»	2
5	Практическое занятие 16. «Структура учебно-исследовательских работ»	2
5	Практическое занятие 17. «Организация исследования»	2
5	Практическое занятие 18. «Состав научного аппарата различных форм исследования»	2
6	Практическое занятие 19. «Структура реферата»	2
6	Практическое занятие 20. «Композиционное построение тематического реферата»	2
6	Практическое занятие 21. «Оформление реферата»	2
6	Практическое занятие 22 «Основная и дополнительная литература для написания реферата»	2
7	Практическое занятие 23. «Подготовка к написанию курсовой работы»	2
7	Практическое занятие 24. «Структура курсовой работы»	2
7	Практическое занятие 25. «Последовательность операций по выполнению курсовой работы»	2
7	Практическое занятие 26. «Оформление курсовой работы»	2
8	Практическое занятие 27. «Структура выпускной квалификационной работы»	2
8	Практическое занятие 28. «Последовательность операций по выполнению выпускной квалификационной работы»	2
8	Практическое занятие 29 «Композиционное построение выпускной квалификационной работы»	2
8	Практическое занятие 30. «Требования к оформлению выпускных квалификационных работ»	2
Итого по дисциплине (модулю)		60

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
1	<p>Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки: Требования к организации теоретических и практических исследований. Виды информационных ресурсов. Методы изучения теоретических источников. Правила ведения беседы, интервью. Правила составления анкет и проведения анкетирования. Основы философских знаний, главные этапы и закономерности исторического развития. Основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах. Коммуникация в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия. Работа в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. Самоорганизация и самообразование. Профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах. Основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности [1]</p>	6
2	<p>Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки: Работа с каталогами в библиотеке. Правила работы с журналом, газетой: составление библиографических карточек, подборка вырезок. Правила составления библиографии. Общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права. Уровень физической</p>	6

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	<p>подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний. Основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. Стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту рекламы и связей с общественностью. Технологии рекламы и связей с общественностью. Организация рекламы и связей с общественностью, выбор ресурсов и средств [1-6]</p>	
3	<p>Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки: Логическая структура вопроса. Композиция анкеты. Изучение письменных документов. Изучение случая (кейс-стади) как метода исследования. Методы анализа эмпирических данных. Работа над инновационными проектами. Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью. Проведение исследований социально-психологических особенностей потребителя с учётом национально-региональных и демографических факторов. Выполнение инновационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Организация проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. Планирование разработки, организации и проведения массовых и имиджевых компаний. Работа в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p>	6

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	[1-6]	
4	<p>Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки: Тематический реферат. Структура научного произведения. Структура учебно-исследовательских работ. Требования к структурным элементам работы и их оформлению. Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью. Участие в проведении исследований по разработке, организации и проведении массовых и имиджевых компаний. Создание текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга. Написание аналитических справок, обзоров и прогнозов [1-6]</p>	6
5	<p>Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки: Проектирование стратегии исследования. Проектирование тактики исследования. Самоэкспертиза исследования. Применение современных технологий в рекламе и связях с общественностью Проведение маркетинговых исследований. Организация и проведение социологических исследований [1-6]</p>	6
6	<p>Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки: Композиционное построение тематического реферата. Оформление реферата. Содержание реферата и технология его выполнения. Разработка технологии современного брендинга на основе новейших информационных и коммуникационных технологий. Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе [1-6]</p>	6
7	<p>Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки: Оформление курсовой работы. Речевые клише, используемые в научных текстах как средства связи между предложениями. Правила</p>	6

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	цитирования. Письменная коммуникация. Основы кросс-культурных коммуникаций [1-6]	
8	Подразумеваются вопросы для самостоятельной подготовки: Список использованных источников. Приложения. Основные критерии качества выпускной квалификационной работы. Основы интегрированных коммуникаций. Основы медиапланирования [1-6]	6
Итого по дисциплине (модулю)		48

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Байбородова, Л. В. Методология и методы научного исследования : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Л. В. Байбородова, А. П. Чернявская. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 221 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06257-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/847A320D-90A3-452E-A805-3B0B809C9863.
2. Неумоева-Колчеданцева, Е. В. Основы научной деятельности студента. Курсовая работа : учебное пособие для вузов / Е. В. Неумоева-Колчеданцева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 119 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-09443-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A3A64812-04DC-4845-B686-77F1ED7B0ACE.

б) дополнительная литература:

- 3 Мокий, В. С. Методология научных исследований. Трансдисциплинарные подходы и методы : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. С. Мокий, Т. А. Лукьянова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 160 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.). — ISBN 978-5-534-05207-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/52148653-1BC1-4CA0-A7A4-E5AFEBF5E662.

4 Академическое письмо. От исследования к тексту : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. М. Кувшинская, Н. А. Зевахина, Я. Э. Ахапкина, Е. И. Гордиенко ; под ред. Ю. М. Кувшинской. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 284 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08297-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5292440F-5CE8-4E86-8599-B2268E4F9ECB.

- 7 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 8 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 9 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 10 Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 11 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 12 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 13 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 14 Журнал «Советник» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.SOVETNIK.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 15 Журнал «Сообщение» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.soob.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 16 Журнал PR-Week [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.prweek.com/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 17 International Association of Business Communicators [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iabc.com>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 18 Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.raso.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- 19 **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 20 **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 21 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 22 **Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 23 **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Научно-исследовательская работа обучающегося	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет	Microsoft Windows 7 professional, Microsoft Windows office professional plus 2007, Acrobat professional 9 Windows International, al,Kasperskiy Anti-Virus Suite для WKS и FS, Abbyy Fine Reader 10 Corporate Editonal
--	------------------------	---	---

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Научно-исследовательская работа обучающегося»

предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, практические занятия и самостоятельная работа студента.

Входной контроль проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц. Он осуществляется по вопросам дисциплин: социология, социология массовых коммуникаций на которых базируется дисциплина «Технологии манипулирования общественным мнением».

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий (семинаров) – закрепить теоретические знания, полученные

обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки дисциплины **«Технологии манипулирования общественным мнением»**

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий и подготовка ответов на вопросы.

В рамках изучения дисциплины **«Технологии манипулирования общественным мнением»** предполагается использовать в качестве информационных технологий среду MS Office: Word 2007, Excel 2007, PowerPoint 2007.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Уровень и качество знаний студентов оцениваются по результатам входного контроля, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в виде зачета.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимых перед изучением дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина.

Текущий контроль успеваемости обучающихся включает устные опросы по темам дисциплины.

Устный опрос проводится на каждом практическом занятии. Включает перечень вопросов и моделирование ситуаций. В течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции, предполагается ответ студентов на перечень вопросов. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Моделирование ситуаций представляет собой проектирование преподавателем гипотетических ситуаций, в которых может

оказаться студент при соприкосновении с политической реальностью. Реакция студента на смоделированную ситуацию будет показателем того усвоил он учебный материал или нет. Пятиминутный тест проводится по темам в соответствии с данной программой и предназначен для проверки обучающихся на предмет освоения материала предыдущей лекции.

Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде зачета в 4, 5, 6 и 7 семестрах.

Зачет позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины.

Зачет предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов, вынесенных на зачет. К моменту сдачи зачета должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает активность студентов на занятиях, посещаемость занятий, оценки за практические работы, выполнение самостоятельных заданий.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа. Вид промежуточного контроля – зачет в 4, 5, 6 и 7 семестрах.

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
4, 5, 6 и 7 семестр				
Обязательные виды занятий				
Входной контроль	4	6	1	
Сообщение по теме	14	16	2-16	
Тестирование по теме	4	12	2-16	
Опрос	4	12	2-16	
Посещение занятий	8	16	1-16	
Своевременность выполнения заданий	7	8	16	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
зачет		30		
Итого по дисциплине	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку				
Количество баллов по балльно-рейтинговой системе		Оценка (зачтено\не зачтено)		
60 и более		«зачтено»		
менее 60		«не зачтено»		

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знать	Основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	Проведение устного опроса Примерные вопросы: 1 Содержание экономической политики государства. 2 Основные направления экономической политики государства.
	Уметь	Использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах государства	Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации Примерные вопросы: 1 Содержание экономической политики государства. 2 Основные направления экономической политики государства.

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
			<p>Примерная смоделированная ситуация:</p> <p>Вы простой гражданин и недовольны экономической политикой государства. Что Вы можете порекомендовать, чтобы ее улучшить, применяя правовые демократические процедуры?</p>
	Владеть	Способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Правовые инструменты реализации экономической политики государства.</p> <p>2 Какие сферы деятельности наиболее тесно сопряжены с экономической политикой?</p> <p>Примерная смоделированная ситуация:</p> <p>Ваш знакомый потерял работу и не может трудоустроиться. Подскажите ему, какими в подобной ситуации он обладает правами исходя из экономической политики государства?</p>
ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных	Знать	Методику осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<p>Проведение устного опроса</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Содержание методики осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>2 Основные направления развития профессиональных функций в области рекламы.</p>
	Уметь	Осуществлять под	Проведение устного опроса и

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
структурах		контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<p>моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Содержание методики осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p> <p>2 Основные стратегические направления развития профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Примерная смоделированная ситуация:</p> <p>Вы простой гражданин и недовольны рекламной политикой Вашей компании. Что Вы можете порекомендовать, чтобы ее улучшить?</p>
	Владеет	Навыками осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Правовые инструменты реализации решения задач профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p> <p>2 Какие сферы деятельности наиболее тесно сопряжены с решением задач профессиональных функций в области рекламы и связей с</p>

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
			<p>общественностью в различных структурах?</p> <p>Примерная смоделированная ситуация: Ваш знакомый потерял работу и не может трудоустроиться. Подскажите ему, какими в подобной ситуации он обладает возможностями коммуникации?</p>
<p>ОПК-2: владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p>	<p>Знать</p>	<p>методику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p>	<p>Проведение устного опроса</p> <p>Примерные вопросы: 1 Содержание механизма работы в команде. 2 Основные направления рекламной политики государства.</p>
	<p>Уметь</p>	<p>реализовывать методику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью</p>	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы: 1 Содержание методики работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью. 2 Основные направления рекламной политики медийных компаний.</p> <p>Примерная смоделированная ситуация: Вы простой гражданин и недовольны рекламной политикой Вашей компании. Что Вы можете порекомендовать, чтобы ее</p>

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
			улучшить, применяя методику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью?
	Владеть	навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Правовые инструменты реализации работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.</p> <p>2 Какие сферы Вашей будущей профессиональной деятельности наиболее тесно сопряжены с профессиональными и культурными различиями?</p> <p>Примерная смоделированная ситуация:</p> <p>Ваш знакомый потерял работу и не может трудоустроиться. Подскажите ему, какими в подобной ситуации он обладает возможностями с использованием способности работать в команде, с использованием средств коммуникации?</p>
ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью	Знать	основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, основы литературного редактирования, копирайтинга	<p>Проведение устного опроса</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Содержание механизма создания текстов рекламы и связей с общественностью.</p> <p>2 Основные направления процессов создания текстов</p>

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
ю, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Уметь	использовать основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, основы литературного редактирования, копирайтинга	<p>рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы: 1 Содержание этапов разработки текстов рекламы и связей с общественностью. 2 Основные направления развития процесса создания текстов рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Примерная смоделированная ситуация: Вы недовольны механизмом создания текстов рекламы в Вашей организации. Что Вы можете порекомендовать, чтобы его улучшить?</p>
	Владеть	навыками использования создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы: 1 Правовые инструменты создания текстов рекламы и связей с общественностью. 2 Какие сферы деятельности наиболее тесно сопряжены с процессами литературного редактирования, копирайтинга?</p> <p>Примерная смоделированная ситуация: Ваш знакомый потерял работу и не может</p>

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
			<p>трудоустроиться.</p> <p>Подскажите ему, какими в подобной ситуации он обладает возможностями с использованием навыков литературного редактирования, копирайтинга?</p>
ПК-9: способностью проводить маркетинговые исследования	Знать	методику проведения маркетинговых исследований	<p>Проведение устного опроса</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Содержание методики проведения маркетинговых исследований.</p> <p>2 Основные направления процессов развития маркетинговых исследований.</p>
	Уметь	проводить маркетинговые исследования	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Содержание механизма проведения маркетинговых исследований в различных сферах деятельности.</p> <p>2 Основные направления развития общеправовых знаний проведения маркетинговых исследований.</p> <p>Примерная смоделированная ситуация:</p> <p>Вы недовольны методикой проведения маркетинговых исследований в Вашей организации. Что Вы можете порекомендовать, чтобы её</p>

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
			улучшить?
	Владеть	навыками проведения маркетинговых исследований	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы: 1 Правовые инструменты реализации проведения маркетинговых исследований с учётом международного и российского права. 2 Какие сферы деятельности наиболее тесно сопряжены с процессами социальной политики государства в процессе проведения маркетинговых исследований?</p> <p>Примерная смоделированная ситуация: Ваш знакомый потерял работу и не может трудоустроиться. Подскажите ему, какими в подобной ситуации он может воспользоваться данными маркетинговых исследований?</p>
ПК-10: способностью организовывать и проводить социологические исследования	Знать	основы организации и проведения социологических исследований	<p>Проведение устного опроса</p> <p>Примерные вопросы: 1 Содержание методики проведения социологических исследований. 2 Основные направления процессов развития социологических исследований</p>
	Уметь	организации и	Проведение устного опроса и

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
		проведения социологических исследований	<p>моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы: 1 Содержание механизма проведения социологических исследований в различных сферах деятельности. 2 Основные направления развития общеправовых знаний проведения социологических исследований.</p> <p>Примерная смоделированная ситуация: Вы недовольны методикой проведения социологических исследований в Вашей организации. Что Вы можете порекомендовать, чтобы её улучшить?</p>
	Владеет	навыками организации и проведения социологических исследований	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы: 1 Правовые инструменты реализации проведения социологических исследований с учётом международного и российского права. 2 Какие сферы деятельности наиболее тесно сопряжены с процессами социальной политики государства в процессе проведения социологических исследований?</p>

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
			<p>Примерная смоделированная ситуация:</p> <p>Ваш знакомый потерял работу и не может трудоустроиться. Подскажите ему, какими в подобной ситуации он может воспользоваться данными социологических исследований?</p>
ПК-11: способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать	методики написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>Проведение устного опроса</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Содержание основных методик написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>2 Основные направления процессов развития процессов написания аналитических справок.</p>
	Уметь	использовать методики написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Содержание общеправовых знаний в сфере использования основных методик написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>2 Основные направления развития общеправовых знаний в сфере методик написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в РФ и в зарубежной практике.</p>

Формулировка компетенции	Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания
1	2	3	4
			<p>Примерная смоделированная ситуация:</p> <p>Вы недовольны применяемыми методиками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в Вашей организации. Что Вы можете порекомендовать, чтобы их оптимизировать?</p>
	Владеет	навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	<p>Проведение устного опроса и моделирование определенной ситуации</p> <p>Примерные вопросы:</p> <p>1 Правовые механизмы реализации основных инструментов написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>2 Какие сферы деятельности наиболее тесно сопряжены с процессами написания аналитических справок, обзоров и прогнозов?</p> <p>Примерная смоделированная ситуация:</p> <p>Вам необходимо составить аналитический обзор рынка. Подскажите ему, какими инструментами в процессе его подготовки он может использовать?</p>

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Примерный перечень контрольных вопросов для проведения входного контроля

Имиджелогия

- 1 Эффективные технологии создания личного имиджа.
- 2 Управление имиджем как информационный процесс.
- 3 Стратегия управления корпоративным имиджем.
- 4 Имидж-стратегия как методология рекламы.
- 5 Методы формирования имиджа политического лидера.

Компьютерные технологии и информатика

- 1 Поиск файлов на компьютере.
- 2 Текстовый документ. Этапы подготовки текстового документа.
- 3 Классификация рекламных средств. Реклама как элемент комплекса продвижения товара.
- 4 Виды рекламной деятельности.

Основы интегрированных коммуникаций

- 1 Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 2 Направления деятельности PR-специалистов.
- 3 Специальные мероприятия в системе PR-технологий.
- 4 Каналы рекламной коммуникации.
- 5 Понятие и компоненты корпоративной культуры.

Основы медиапланирования

- 1 Анализ исходных данных для медиапланирования (товар, целевая аудитория, рынок).
- 2 Изучение товара, его основные характеристики.
- 3 Исследования целевой аудитории. «Таргетирование» целевой аудитории.
- 4 Способы определения и описания целевой аудитории. Основные социально-демографические параметры сегментирования целевой аудитории.
- 5 Исследование рынка продвижения.

Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

- 1 Технологии и инструментарий формирования имиджа.
- 2 Планирование и проведение имиджевых кампаний.

- 3 Виды избирательных стратегий.
- 4 Социальная реклама и ее особенности.
- 5 Виды и методы коммерческой рекламы.

Разработка и технологии производства рекламного продукта

- 1 Понятие рекламного продукта.
- 2 Этапы разработки рекламного сообщения.
- 3 Разработка маркетинговой рекламной стратегии.
- 4 Типы оригинал-макетов.

Теория и практика массовой информации

- 1 Функции журналистики.
- 2 Тенденции развития российской журналистики.
- 3 Типологические особенности современной периодической печати.
- 4 Законодательное обеспечение свободы слова в России.
- 5 Структура редакции печатных СМИ.

Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью

- 1 Разработка стратегии позиционирования.
- 2 Особенности PR-текста.
- 3 Создание рекламного обращения.
- 4 Потребительские мотивы в рекламе.
- 5 Виды рекламы.

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
Знать	-Основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах; -Методику	Знание ключевых категорий и понятий об оказании услуг, таких как «услуга», «рекламная деятельность», «рынок услуг» и т. п.; основы философских	Знание основных ключевых категорий и понятий об оказании услуг; системы клиентских отношений с учетом	Поверхностное знание основных ключевых категорий и понятий

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
	<p>осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <p>-методику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;</p> <p>-основы создания текстов рекламы и связей с общественностью ,основы литературного редактирования, копирайтинга;</p> <p>- методику проведения маркетинговых исследований;</p> <p>- основы организации и проведения социологических исследований;</p> <p>- методики написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p>	<p>знаний направлений развития рынка услуг, механизма планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства; знание механизма коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>основы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с</p>	<p>требований потребителя; основы философских знаний механизм организации контактной зоны предприятия; технологии применения современных рекламных технологий в процессе предоставления услуг; механизм работы в контактной зоне с потребителем, консультирование, согласованию вида, формы и объема процесса рекламной деятельности и связей с общественностью; механизм планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса</p>	<p>об оказании услуг, отсутствие умения применять современные рекламные технологии в процессе предоставления услуг</p>

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
		<p>учетом основных требований информационной безопасности, использование различных источников информации по объекту ; основы выполнения инновационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; основы научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в рекламной деятельности и связей с общественностью; основы участия в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.</p>	<p>потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства; основы научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в рекламной деятельности; основы участия в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов.</p>	
Уметь	- Использовать основы экономических знаний при	Умение ориентироваться в этапах закономерностях	Уверенное знание механизмов осуществления	Поверхностные знания механизмов

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
	<p>оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах государства;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; - реализовывать методику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; - использовать основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, основы литературного редактирования, копирайтинга; - проводить маркетинговые исследования; - организовывать и проводить социологические исследования; 	<p>исторического развития; в механизмах осуществления технологий разработки рекламных услуг и применения современных технологий; диверсифицировать рекламную деятельность; работать в контактной зоне с потребителем.</p> <p>Планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства; изучать научно-техническую информацию, отечественного и зарубежного опыта в рекламной деятельности; проводить исследования</p>	<p>рекламных услуг и применения современных технологий. Уверенное знание этапов и закономерностей исторического развития. Умение работать в команде, разрабатывать технологии организации контактной зоны предприятия; разрабатывать технологии применения современных рекламных технологий; разрабатывать технологии рекламной деятельности; разрабатывать технологии работы в контактной зоне с потребителем, консультирование, согласованию вида, формы и объема процесса рекламы. Планировать производственно</p>	<p>мов осуществления рекламных услуг и применения современных рекламных технологий; приближенные представления об организации контактной зоны предприятия; о технологиях применения современных рекламных технологий; отсутствие умения</p>

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
	- использовать методики написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;	социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов; выполнять инновационные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью; применять современные рекламные и PR технологии в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей;	-хозяйственную деятельность предприятия в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства.	использовать данные знания решать практические задачи в различных сферах рекламной деятельности.
Владеет	- Способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах; -Навыками осуществления под контролем	Владение навыками применения теоретических знаний разработки технологии процесса рекламы, развития системы клиентских отношений; навыками использования основ философских знаний; навыками разработки	Уверенное владение навыками применения теоретических знаний основных экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности. Уверенное владение	Поверхностные знания основных положений дисциплины, приближенные представления об

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
	<p>профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью; - навыками использования создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга; - навыками проведения маркетинговых исследований; - навыками организации и проведения социологических исследований; - навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов 	<p>технологии организации контактной зоны предприятия и технологий применения современных рекламных технологий, а также работы в контактной зоне с потребителем;</p> <p>Навыками планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия рекламы в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства;</p> <p>навыками изучения научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в рекламной деятельности;</p> <p>навыками участия в проведении исследований социально-</p>	<p>навыками использования основ философских знаний. Способность работать в команде. Обладать навыками разработки технологии процесса рекламы, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя, разработки технологии организации контактной зоны предприятия рекламы, разработки технологий применения современных рекламных технологий;</p> <p>навыками разработки технологий работы в контактной зоне с потребителем.</p>	<p>основных сферах разработки технологии процесса рекламы; о технологиях организации контактной зоны предприятия рекламы;</p> <p>отсутствие способности использовать данные знания решать практические задачи в различных сферах деятельности общества</p>

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
		<p>психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных демографических факторов; навыками выполнения инновационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками применения современных рекламных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителя.</p>	<p>Навыками планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия рекламы в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства. навыками изучения научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в рекламной деятельности; навыками участия в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографически</p>	а

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели	Критерии и шкала оценивания	
			«зачтено»	«не зачтено»
			<p>х факторов; навыками выполнения инновационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ;</p> <p>навыками применения современных рекламных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей.</p>	

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Тема 1. Научно-исследовательская и проектная деятельность: понятие, возможности, перспективы

Вопросы:

- 1 Сущность исследовательской деятельности.
- 2 Методы научного исследования.
- 3 Требования к организации теоретических и практических исследований
- 4 Виды информационных ресурсов
- 5 Методы изучения теоретических источников
- 6 Характеристика и требования к научному наблюдению.
- 7 Правила ведения беседы, интервью.
- 8 Правила составления анкет и проведения анкетирования.
- 9 Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в рекламной деятельности.

- 10 Основы философских знаний, главные этапы и закономерности исторического развития.
- 11 Основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах.
- 12 Коммуникация в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
- 13 Работа в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
- 14 Самоорганизация и самообразование.
- 15 Профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
- 16 Основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Задание 1. Вам необходимо провести исследование качества обслуживания на предприятии. Какие виды информационных ресурсов необходимо использовать и почему?

Ситуация:

Вы простой гражданин и недовольны применяемыми технологиями обслуживания в процессе деятельности предприятия. Какие методы научного исследования Вы можете использовать для проведения исследования технологий обслуживания, чтобы их усовершенствовать?

Тема 2. Культура научно-исследовательского поиска. Правила работы в библиотеке

Вопросы:

- 1 Охарактеризуйте механизм рациональной организации учебного труда.
- 2 Охарактеризуйте методику работы с каталогами в библиотеке
- 3 Охарактеризуйте правила работы с журналом, газетой: составление библиографических карточек, подборка вырезок.
- 4 Охарактеризуйте правила составления библиографии
- 5 Общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права.
- 6 Уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний.
- 7 Стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту рекламы и связей с общественностью.
- 8 Технологии рекламы и связей с общественностью.

- 9 Организация рекламы и связей с общественностью, выбор ресурсов и средств.

Задание 1. Вам необходимо провести исследование удовлетворённости потребителей организацией рекламы предприятия. Подберите методику работы с каталогами в библиотеке в процессе проведения исследования.

Ситуация:

Вы простой студент и недовольны организацией рекламы Вашего учебного заведения. Что Вы можете порекомендовать, чтобы ее улучшить?

Тема 3. Методы исследования в сфере рекламы и связей с общественностью

Вопросы:

- 1 Охарактеризуйте методы сбора первичной информации.
- 2 Охарактеризуйте механизм организации опросных методов.
- 3 Охарактеризуйте механизм организации не опросных методов.
- 4 Охарактеризуйте механизм организации анкетирования.
- 5 Охарактеризуйте логическую структуру вопроса.
- 6 Охарактеризуйте композицию анкеты
- 7 Охарактеризуйте методологию и технологию интервью.
- 8 Охарактеризуйте механизм изучения письменных документов
- 9 Охарактеризуйте механизм изучения случая (кейс-стади) как метода исследования.
- 10 Охарактеризуйте методы анализа эмпирических данных.
- 11 Охарактеризуйте механизм работы над инновационными проектами.
- 12 Охарактеризуйте механизм изучения научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью.
- 13 Охарактеризуйте механизм проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учётом национально-региональных и демографических факторов.
- 14 Охарактеризуйте механизм выполнения инновационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
- 15 Охарактеризуйте процесс организации проведения кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
- 16 Охарактеризуйте процесс планирования разработки, организации и проведения массовых и имиджевых компаний.
- 17 Работа в отделах рекламы и отделах связей с общественностью

Задание 1. Для того, чтобы предприятие начало свою деятельность, необходимо провести анализ спроса на рынке на услуги, которые планирует оказывать предприятие. Какие методы (опросные или не опросные) Вы предлагаете использовать в процессе исследования и почему?

Ситуация:

У Вас задание собрать материал о совместном российско-финском предприятии. Разработайте и охарактеризуйте механизм организации работы в отделе рекламы и отделе связей с общественностью и изучения отечественного и зарубежного опыта по организации рекламной деятельности.

Тема 4. Формы и структура научно - исследовательских работ

Вопросы:

- 1 Охарактеризуйте формы научного произведения.
- 2 Охарактеризуйте методику работы над научным докладом.
- 3 Охарактеризуйте методику работы над научным отчётом.
- 4 Охарактеризуйте методику работы над научной статьёй.
- 5 Охарактеризуйте методику работы над дипломной работой.
- 6 Охарактеризуйте формы учебно-исследовательских работ.
- 7 Охарактеризуйте методику работы над тематическим рефератом.
- 8 Охарактеризуйте методику работы над курсовой работой.
- 9 Охарактеризуйте структуру научного произведения.
- 10 Охарактеризуйте структуру учебно-исследовательских работ.
- 11 Охарактеризуйте требования к структурным элементам работы и их оформлению.
- 12 Охарактеризуйте методику изучения научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью.
- 13 Охарактеризуйте методику участия в проведении исследований по разработке, организации и проведении массовых и имиджевых компаний.
- 14 Создание текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
- 15 Написание аналитических справок, обзоров и прогнозов

Задание 1. Вам поручено сделать научный доклад и написать научную статью. Охарактеризуйте форму и методику работы над научным докладом и над научной статьёй?

Ситуация:

Вам поручено сделать тематический реферат по дисциплине «Реклама и связи с общественностью». Охарактеризуйте методику работы над тематическим рефератом?

Тема 5. Тема и научный аппарат учебного исследования

Вопросы:

- 1 Охарактеризуйте методику организации исследования.
- 2 Охарактеризуйте контрольные точки учебного исследования.
- 3 Охарактеризуйте научный аппарат учебного исследования.

- 4 Охарактеризуйте состав научного аппарата различных форм исследования.
- 5 Охарактеризуйте методику проектирования стратегии исследования
- 6 Охарактеризуйте методику проектирования тактики исследования.
- 7 Охарактеризуйте методику самооценки исследования.
- 8 Охарактеризуйте методику выполнения инновационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.
- 9 Охарактеризуйте методику применения современных технологий в рекламе и связях с общественностью
- 10 Проведение маркетинговых исследований
- 11 Организация и проведение социологических исследований

Ситуация:

Вам необходимо провести исследование качества организации рекламы на авиатранспортном предприятии. Какую методику применения современных технологий в рекламе и связях с общественностью Вы можете использовать?

Тема 6. Тематический реферат как учебно-исследовательская работа

Вопросы:

- 1 Охарактеризуйте понятие «реферат».
- 2 Охарактеризуйте цели написания реферата.
- 3 Охарактеризуйте структуру реферата.
- 4 Охарактеризуйте композиционное построение тематического реферата.
- 5 Охарактеризуйте методику оформления реферата.
- 6 Охарактеризуйте методику составления доклада.
- 7 Охарактеризуйте методику работы над контрольной работой.
- 8 Охарактеризуйте содержание реферата и технологию его выполнения.
- 9 Разработка технологии современного брендинга на основе новейших информационных и коммуникационных технологий.
- 10 Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе

Ситуация:

Вам поручено написать тематический реферат. Охарактеризуйте композиционное построение тематического реферата и методику работы над ним?

Тема 7. Курсовая работа: композиционное построение и оформление

Вопросы:

- 1 Охарактеризуйте понятие «курсовая работа».
- 2 Охарактеризуйте цели курсовой работы.
- 3 Охарактеризуйте методику выбора темы курсовой работы.
- 4 Охарактеризуйте структуру курсовой работы.

- 5 Охарактеризуйте последовательность операций по выполнению курсовой работы.
- 6 Охарактеризуйте методику оформления курсовой работы.
- 7 Охарактеризуйте методику составления списка литературы.
- 8 Охарактеризуйте механизм использования речевых клише, используемых в научных текстах как средств связи между предложениями.
- 9 Охарактеризуйте методику определения оценочного характера, сочетающуюся с основными понятиями.
- 10 Охарактеризуйте правила цитирования.
- 11 Основы интегрированных коммуникаций

Ситуация:

Вам поручено написать курсовую работу. Охарактеризуйте композиционное построение тематического реферата и методику работы над ним методику выбора темы и последовательность операций по выполнению курсовой работы?

Тема 8. Выпускная квалификационная работа: структура, содержание, оформление

Вопросы:

- 1 Охарактеризуйте цели выпускной квалификационной работы.
- 2 Охарактеризуйте последовательность операций по выполнению выпускной квалификационной работы.
- 3 Охарактеризуйте структуру выпускной квалификационной работы.
- 4 Охарактеризуйте требования к оформлению квалификационных работ.
- 5 Охарактеризуйте механизм построения списка использованных источников.
- 6 Охарактеризуйте механизм построения приложений.
- 7 Охарактеризуйте основные критерии качества выпускной квалификационной работы.
- 8 Основы интегрированных коммуникаций.
- 9 Основы медиапланирования.

Ситуация:

Вы заканчиваете университет и должны подготовить выпускную квалификационную работу. Охарактеризуйте последовательность операций по выполнению и структуру выпускной квалификационной работы.

Примерный перечень вопросов к зачету для проведения промежуточного контроля по дисциплине

- 1 Сущность исследовательской деятельности.

- 2 Методы научного исследования.
- 3 Требования к организации теоретических и практических исследований
- 4 Виды информационных ресурсов
- 5 Методы изучения теоретических источников
- 6 Характеристика и требования к научному наблюдению.
- 7 Правила ведения беседы, интервью.
- 8 Правила составления анкет и проведения анкетирования.
- 9 Рациональная организация учебного труда.
- 10 Работа с каталогами в библиотеке
- 11 Правила работы с журналом, газетой: составление библиографических карточек, подборка вырезок.
- 12 Правила составления библиографии.
- 13 Методы сбора первичной информации.
- 14 Опросные методы.
- 15 Не опросные методы.
- 16 Анкетирование.
- 17 Логическая структура вопроса.
- 18 Композиция анкеты
- 19 Методология и технология интервью.
- 20 Изучение письменных документов
- 21 Изучение случая (кейс-стади) как метода исследования.
- 22 Методы анализа эмпирических данных.
- 23 Формы научного произведения.
- 24 Научный доклад.
- 25 Научный отчёт.
- 26 Научная статья.
- 27 Дипломная работа.
- 28 Формы учебно-исследовательских работ.
- 29 Тематический реферат
- 30 Курсовая работа.
- 31 Структура научного произведения
- 32 Структура учебно-исследовательских работ
- 33 Требования к структурным элементам работы и их оформлению
- 34 Организация исследования.
- 35 Контрольные точки учебного исследования.
- 36 Научный аппарат учебного исследования.
- 37 Состав научного аппарата различных форм исследования.
- 38 Проектирование стратегии исследования
- 39 Проектирование тактики исследования.
- 40 Самоэкспертиза исследования.
- 41 Понятие «реферат».
- 42 Цель написания реферата.
- 43 Структура реферата.
- 44 Композиционное построение тематического реферата.
- 45 Оформление реферата.

- 46 Доклад.
- 47 Контрольная работа.
- 48 Содержание реферата и технология его выполнения.
- 49 Понятие «курсовая работа».
- 50 Цели курсовой работы.
- 51 Тема курсовой работы.
- 52 Структура курсовой работы.
- 53 Последовательность операций по выполнению курсовой работы.
- 54 Оформление курсовой работы.
- 55 Список литературы.
- 56 Речевые клише, используемые в научных текстах как средства связи между предложениями.
- 57 Определения оценочного характера, сочетающиеся с основными понятиями.
- 58 Правила цитирования.
- 59 Цели выпускной квалификационной работы.
- 60 Последовательность операций по выполнению выпускной квалификационной работы.
- 61 Структура выпускной квалификационной работы.
- 62 Требования к оформлению квалификационных работ.
- 63 Список использованных источников.
- 64 Приложения к выпускной квалификационной работе.
- 65 Основные критерии качества выпускной квалификационной работы.
- 66 Работа над инновационными проектами.
- 67 Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью.
- 68 Выполнение инновационных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.
- 69 Основы философских знаний, главные этапы и закономерности исторического развития.
- 70 Основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах.
- 71 Коммуникация в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
- 72 Работа в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
- 73 Уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний.
- 74 Основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.
- 75 Стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных

- требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту рекламы.
- 76 Технологии процесса рекламы, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя.
 - 77 Организация процесса рекламы, выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя.
 - 78 Профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.
 - 79 Стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.
 - 80 Источники информации по объекту рекламы и связей с общественностью.
 - 81 Технологии рекламы и связей с общественностью.
 - 82 Организация рекламы и связей с общественностью, выбор ресурсов и средств
 - 83 Организация проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
 - 84 Планирование разработки, организации и проведения массовых и имиджевых компаний.
 - 85 Работа в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
 - 86 Участие в проведении исследований по разработке, организации и проведении массовых и имиджевых компаний.
 - 87 Создание текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.
 - 88 Написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.
 - 89 Применение современных технологий в рекламе и связях с общественностью.
 - 90 Проведение маркетинговых исследований.
 - 91 Организация и проведение социологических исследований
 - 92 Разработка технологии современного брендинга на основе новейших информационных и коммуникационных технологий.
 - 93 Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе.
 - 94 Теория и практика массовой информации
 - 95 Основы интегрированных коммуникаций.
 - 96 Основы медиапланирования.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Занятия по учебному курсу «Научно-исследовательская работа обучающегося» организуются на общеметодических принципах. Одним из

важнейших видов занятий, составляющих основу общетеоретической и методологической подготовки студентов, являются **практические занятия**

Практические занятия проводятся по основным, наиболее сложным проблемам курса и имеют целью углубление и закрепление знаний студентов, полученных на лекциях и в часы самостоятельной подготовки. Особое внимание при этом должно обращаться на развития умений и навыков обучаемых, необходимых для их будущей практической деятельности. Практическое занятия предполагает творческие дискуссии, активный обмен мнениями по поставленным вопросам, обсуждение докладов, научных сообщений и фиксированных выступлений студентов. На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении.

Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, приводить выдержки из периодической печати, сайтов интернета и т. д. Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. Преподавателю необходимо внимательно и критически слушать, подмечать значимое в суждениях студентов, улавливать недостатки и ошибки, корректировать их знания. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим студентом.

В заключение практического занятия преподаватель подводит его итоги. Он может (выборочно) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения. Особое внимание следует обратить на дискуссионные вопросы, отражающие злободневные проблемы политической реальности. Так же на семинарском занятии преподаватель моделирует определенную ситуацию, в которой гипотетически может оказаться учащийся при соприкосновении с политической реальностью. Студент, обозначая свои действия при заданной ситуации, должен продемонстрировать знания по обозначенному разделу дисциплины. Для систематизации основных положений по теме занятия рекомендуется составление конспектов.

Самостоятельная работа студента, которая может осуществляться студентами индивидуально и под руководством преподавателя является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по дисциплине «Научно-исследовательская работа обучающегося» может выполняться в библиотеке Университета Гражданской Авиации, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Учебный материал учебной дисциплины «Научно-

исследовательская работа обучающегося», предусмотренный рабочим учебным планом для усвоения студентом в процессе самостоятельной работы, выносится на итоговый контроль наряду с учебным материалом, который разрабатывался при проведении учебных занятий. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа студентов осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа студентов в аудиторное время может включать:

- выступления с докладами, сообщениями на практических занятиях;
- участие в текущем опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, и др.

Самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время может состоять из следующих видов деятельности:

- подготовки к практическим занятиям;
- изучения учебной и научной литературы; изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки устных докладов (сообщений);
- выделения наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме;
- получения разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
- проведения самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний.

Таким образом, самостоятельная работа студентов имеет целью закрепление и углубление знаний, подготовку к семинарским занятиям, зачету, формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поисках и приобретении новых знаний.

По завершении курса в соответствии с Учебным планом проводится аттестация в форме зачета.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «30» января 2018 года, протокол № 6 .

Разработчики:

к.с.н.



Таджибова Л.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

Заведующий кафедрой № 1 "Философии и социальных коммуникаций":

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «14» февраля 2018 года, протокол №5.