

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е.Рудин

«30» 06 2020 года

Программа практики

Б2.В.01.01(П) Производственная практика (научно-исследовательская практика)

Учебный план: ФГОС3++_2020-2021_42.04.01_ВШПМ_ЗАО_РИСО в медиаиндустрии.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
2	УП	323,35	0,65	9	Зачет с оценкой
	ПП	323,35	0,65	9	
Итого	УП	323,35	0,65	9	
	ПП	323,35	0,65	9	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор

Кардинская Светлана
Владленовна

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

1.1 Цель практики: Формирование компетенций обучающихся в сфере организации и проведения научных исследований в коммуникационной деятельности

1.2 Задачи практики:

1. Ознакомить обучающихся с методами исследовательских практик в коммуникационной деятельности
2. Сформировать представление обучающихся о типах и видах социологических и маркетинговых исследованиях
3. Обучить навыкам применения исследовательских методик в коммуникационной деятельности и при проведении рекламных кампаний.
4. Обучить систематизации данных исследования и представлению отчета о его проведении.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Творческое позиционирование в рекламной коммуникации
- Основы научных исследований в профессиональной сфере
- Организационно-управленческие коммуникации

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПКп-1 : Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: Роль медиасреды в организации и проведении коммуникационных кампаний
Уметь: Уметь - использовать стратегии коммуникационной деятельности в увязке с макроэкономикой и социальным прогнозированием
Владеть: Владеть - навыками тактического планирования коммуникационной деятельности

3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	СР (часы)
Раздел 1. Первичные и вторичные исследования в коммуникативной деятельности	2	
Этап 1. Применение вторичных исследований для анализа рынков и тенденций продаж. Что такое вторичные исследования? Преимущества вторичных исследований. Источники информации вторичных исследований. Внешние и внутренние источники вторичных исследований.		40
Этап 2. Технологии первичных исследований. При каких условиях проводятся количественные условия? Типы количественных исследований. Опрос. Анкетирование. Сильные и слабые стороны различных количественных методов. Критерии качества данных опроса.		40
Этап 3. Инструменты и технологии количественных исследований. Методы количественных измерений в рекламе Содержание материала для самостоятельной подготовки: Первая стадия измерения. Вторая стадия измерения. Уровни измерения. Третья стадия измерения: оценка и пересмотр индикаторов.		40

Этап 4. Технологии составление вопросов в количественных исследованиях. Значимость вопросов в процессе измерения. Соотношение вопросов и уровней измерения. Качество открытых и закрытых вопросов.	40
Этап 5. Элементы анкетных опросов. Подготовка к составлению анкеты. Структура анкеты. Последовательность вопросов анкеты. Устранения недостатков анкеты. Пилотажное испытание.	40
Раздел 2. Качественные исследования в рекламной коммуникации	
Этап 6. Планирование и проведение интервью. Интервью – разновидность качественного социологического исследования. Преимущества и недостатки качественных исследований. Личные интервью. Подготовка интервьюера.	40
Этап 7. Организация и проведение фокус-групп. Планирование фокус-группы. Фокус-группа — наиболее популярная форма проведения качественных исследований в области рекламы. Работа типичной фокус-группы. Наблюдатели фокус-группы. Применения различных технологий при проведении фокус-групп.	40
Этап 8. Определение надежности и валидности данных качественных исследований. Систематический подход в анализе данных. Первый этап анализа данных. Формальный возврат к постановке проблемы и информационным потребностям. Подтверждение и формирование окончательного списка областей анализа. Оценка выборки исследования с целью определения возможных смещений или ограничений, которые могут повлиять на выводы, сделанные на основе данных. Второй этап, изучение данных. Третий этап — определение, оценка и пересмотр темы. Подготовка отчета. Правила представления данных.	43,35
Итого в семестре	323,35
Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)	0,65
Всего контактная работа и СР по дисциплине	323,35

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

4.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПКп-1	Излагает типологию методов научного исследования в коммуникационной сфере обосновывает последовательность эмпирического исследования при проведении коммуникационных кампаний разрабатывает проект анализа коммуникационной ситуации

4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование

5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.
4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам.
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки.

4.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

4.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 2	
1	Технологии первичных исследований.
2	При каких условиях проводятся количественные условия?
3	Типы количественных исследований.
4	Опрос. Анкетирование.
5	Сильные и слабые стороны различных количественных методов.
6	Критерии качества данных опроса.
7	Инструменты и технологии количественных исследований.
8	Методы количественных измерений в рекламе
9	Содержание материала для самостоятельной подготовки: Первая стадия измерения.
10	Вторая стадия измерения. Уровни измерения.
11	Третья стадия измерения: оценка и пересмотр индикаторов.
12	Технологии составления вопросов в количественных исследованиях.
13	Значимость вопросов в процессе измерения.
14	Соотношение вопросов и уровней измерения.
15	Качество открытых и закрытых вопросов.
16	Элементы анкетных опросов.
17	Подготовка к составлению анкеты.
18	Структура анкеты.
19	Последовательность вопросов анкеты.
20	Устранения недостатков анкеты.
21	Пилотажное испытание.
22	Планирование и проведение интервью.
23	Интервью – разновидность качественного социологического исследования.
24	Преимущества и недостатки качественных исследований.
25	Личные интервью.
26	Подготовка интервьюера.
27	Организация и проведение фокус-групп.
28	Планирование фокус-группы.
29	Фокус-группа — наиболее популярная форма проведения качественных исследований в области рекламы.
30	Работа типичной фокус-группы.
31	Наблюдатели фокус-группы.
32	Применения различных технологий при проведении фокус-групп.
33	Определение надежности и валидности данных качественных исследований.
34	Систематический подход в анализе данных.
35	Первый этап анализа данных.
36	Формальный возврат к постановке проблемы и информационным потребностям.
37	Подтверждение и формирование окончательного списка областей анализа.

38	Оценка выборки исследования с целью определения возможных смещений или ограничений, которые могут повлиять на выводы, сделанные на основе данных.
39	Второй этап, изучение данных.
40	Третий этап — определение, оценка и пересмотр темы.
41	Подготовка отчета. Правила представления данных.

4.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

4.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

4.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

4.3.3 Требования к оформлению отчётности по практике

Пояснительная записка, оформленная в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» и ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание: Общие требования и правила составления».

4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Аттестация проводится на выпускающей кафедре на основании анализа содержания отчета по практике, собеседования, отзывов руководителей практики и оценки, выставленной обучающемуся на базе практики.

Если практика проводилась на выпускающей кафедре СПбГУПТД, оценку в отзыве проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры. Если практика проводилась в профильной организации (структурном подразделении СПбГУПТД), оценку в отзыве проставляет руководитель практики от профильной организации (руководитель структурного подразделения СПбГУПТД).

Зачет по практике предполагает защиту отчета. Отчет о прохождении учебной практики представляется в виде распечатанного в формате А4 текста, включающего титульный лист, индивидуальное задание, введение, основную часть, содержащую обоснование подхода к исследованию, описание метода анализа, подробное описание инструментария исследования, этапов проведения аналитических процедур. В заключении представляются выводы, подводятся итоги по рассматриваемой проблеме. Отчет содержит 8-10 страниц печатного текста. Таблицы и графики могут содержаться в отчете, но не являются обязательным их элементом. Отчеты предоставляются в течение пяти дней после окончания срока практики.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
5.1.1 Основная учебная литература				
Васеха Л. П.	Методы и средства исследований. Курс лекций	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017816
Пустынникова, Е. В.	Методология научного исследования	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/71569.html
Дианова, В. А., Романов, А. А.	Маркетинговые исследования	Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/76919.html
Лукьянова, М. В., Лукьянов, А. С.	Методология и методы социально-психологического исследования	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/75584.html
5.1.2 Дополнительная учебная литература				
Жуков В. Л.	Методы и средства исследований	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017921
Дмитриев В. А.	Основы и методы научных исследований	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2016880
Васеха Л. П.	Методы и средства исследований. Практические работы	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017776

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>)
2. Сайт TNS
3. Сайт ВЦИОМ
4. Рекламные ролики в социальной сети «Youtube»

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска