

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.11** Основы научных исследований в профессиональной сфере

Учебный план: 2024-2025 42.04.01 ИБК РИСО в креат инд ЗАО №2-3-128.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

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

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

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
1	УП	4	8	119	13	4	Курсовой проект, Зачет
	РПД	4	8	119	13	4	
Итого	УП	4	8	119	13	4	
	РПД	4	8	119	13	4	

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 Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От кафедры составителя:  
Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать у обучающихся навыки использования самостоятельно разработанных или адаптированных методологий и методик, связанных с научным исследованием в сфере рекламы и связей с общественностью.

**1.2 Задачи дисциплины:**

выработать у обучающихся навыки исследовательской работы;

познакомить обучающихся с приемами и методами научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью;

сформировать у обучающихся навык самостоятельного овладения новыми методами исследования, изменения научного профиля своей профессиональной деятельности.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</b>
---

<b>Знать:</b> методологические принципы современных научных исследований, учитывая многообразие достижений отечественной и мировой культуры
---

<b>Уметь:</b> характеризовать специфику научного исследования, раскрывать основные этапы развития исследования;
---

<b>Владеть:</b> навыком планирования и реализации теоретического исследования, интерпретации результатов исследования и их представления публике
--

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Основы научного исследования	1				
Тема 1. Магистерская диссертация как результат научного исследования: основные элементы исследования, целеполагание. Основы научного исследования. Типы, структура магистерских диссертаций. Роль основных элементов исследования: Проблема, объект и предмет, тема, гипотеза, цель и задачи, степень теоретической разработанности проблемы, методология исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, положения, выносимые на защиту, апробация. Практические занятия: Анализ возможных ошибок планирования. Анализ когнитивных искажений в процессе постановки целей и задач. Составление плана работы над исследовательским текстом, постановка и корректировка целей и задач		1	1	18	ИЛ
Тема 2. Принципы поиска и обработки информации. Организация работы с источниками научной информации. Системы научного поиска. Принципы поиска информации в Интернет. Техники чтения. Системы конспектирования данных. Практические занятия: Анализ принципов оценки достоверности информации. Поиск информации по выбранной теме исследования. Анализ ошибок в поиске и обработке информации.			1	18	НИ
Раздел 2. Работа с материалом научного исследования					
Тема 3. Организация базы знаний. Принципы создания библиографической системы и базы знаний. Практические занятия: Анализ ошибок при ведении базы знаний. Рассмотрение специфики создание базы знаний для конкретной темы. Определить тренды по тематике Вашего научного исследования (написание эссе - элемент курсового проекта).		1	2	23	Т

Тема 4. Современные методы научного социально-гуманитарного исследования по проблематике социальных коммуникаций. Практические занятия: Уровни методологии. Создание собственной базы знаний по избранной теме исследования. Составить библиографический список источников (написание реферата). Описать тему и идею своего диссертационного исследования (подготовка доклада, сообщения). Сформулировать проблему исследования (подготовка доклада, сообщения). Обосновать методологию исследования (сообщение).	1	2	22	Т
Раздел 3. Создание интеллектуального продукта в научной сфере				
Тема 5. Критическое мышление в научном исследовании. Принципы научной аргументации. Логика в научном исследовании. Практические занятия: Разбор принципов построения аргументативной структуры.	0,5	1	18	ИЛ
Тема 6. Принципы презентации результатов научного исследования. Специфика композиции научного текста. Научная стилистика. Принципы изложения материала. Принципы создания научной презентации. Написание текста курсового проекта. Практические занятия: Анализ композиционных и стилистических ошибок при создании научного текста. Анализ ошибок в презентации данных исследования.	0,5	1	20	АС
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	4	8	119	
Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)	3,25			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	15,25		119	

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта):** Курсовое проектирование предполагает проведение научного микроисследования, результаты которого аккумулируются в тексте проекта. Написание научного текста позволяет студентам сконцентрироваться на отработке приёмов и алгоритмов научно-поисковой деятельности, анализа данных, критического мышления, способов творческой подачи материала, освоении приёмов аргументации.

Для специалистов в области публичных коммуникаций способность к аргументированию, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте, – это часть профессиональной компетенции.

Тематика курсовых проектов по предмету «Основы научных исследований в профессиональной сфере» задает общий круг методологических вопросов, рассмотрению которых обычно посвящается первая часть диссертации. Рефлексия по поводу философских аспектов научного творчества может способствовать более глубокой проработке темы в дальнейшем.

Тема формулируется индивидуально совместно с ведущим преподавателем.

**4.2 Тематика курсовой работы (проекта):** Основные направления исследований в рекламе и связях с общественностью.

Основные типы исследований: прикладные и теоретические.

Прикладные исследования: стратегические (стратегии, инструменты и методы решения проблемы), оценочные (оценка эффективности).

Теоретические исследования как разработка теории PR-деятельности (формировании общественного мнения, образование различных групп общественности).

Тип коммуникации: исследования внутренних и внешних коммуникаций.

Внутренние коммуникации: исследование внутренних источников; исследование внутренних сообщений; исследование внутренних каналов; исследование внутренних целевых аудиторий.

Внешние коммуникации: исследование внешних источников; исследование внешних сообщений; исследование внешних каналов; исследование внешних целевых аудиторий.

Основные и пилотные исследования.

Исследование компонентов стратегических коммуникаций: Исследования рынка. Объем и емкость рынка, Характеристика рынка и тенденций

его развития, Выбор целевого сегмента, Анализ конкурентной среды; Исследования целевых аудиторий (персонал и менеджмент организации, журналисты, лидеры мнений, спонсоры, представители органов гос. власти, деловые партнеры, массовая аудитория): анализ статистики, анализ документов, наблюдение, фокусированное интервью, массовое интервьюирование, анкетирование.

Сегментирование рынка. Модели и типы поведения целевой группы. Факторы и субъекты влияния.

Предпочтения целевой группы. Социально-демографический и психографический портрет целевой группы.

Исследования продуктов. Тестирование концепций нового продукта. Тестирование названия и упаковки.

Позиционирование марки. Ценовые исследования.

Оценка эффективности рекламы и PR- мероприятий продвижении. Оценка рекламного предложения.

Мониторинг рекламной кампании. Динамика показателей известности и предпочтений. Восприятие рекламных материалов.

Исследования бренда. Спонтанная и подсказанная известность. Предпочтения целевой группы.

Ассоциативная емкость бренда. Лояльность потребителей, факторы и причины, влияющие на выбор. Восприятие позиционирования.

Оценка рекламных концепций. Тестирование концепций. Оценка восприятия.

Изучение общественного мнения.

Исследование источников (нюсмейкеры, креативные фигуры организации, спикеры в организации) как выявления их коммуникативной компетентности, степени адаптивности по отношению к аудитории, психологической готовностью работать с внешней аудиторией: тестирование, ситуационное моделирование, ролевые игры.

Исследование сообщений как изучение содержания и формы материалов, адресуемых целевым аудиториям: успешные аналоги, сильные и слабые стороны, жанровые особенности, соответствие лексики культурно-образовательному уровню целевых аудиторий, музыкальный фон, тембр голоса, эмоциональная наполненность и пр.: опрос экспертов, фокус-группа, лабораторный эксперимент.

Исследование каналов (СМИ, наружная реклама, директ-майл, спецмероприятия, неформальная коммуникация и пр.): анализ документов, наблюдение, массовый опрос, фокус-группа.

Исследование имиджа организации: определение основных составляющих имиджа организаций данной отрасли; выявление имиджевых преимуществ/недостатков данной организации по отношению к конкурентам; изучение аспектов имиджа, формирующих негативные и позитивные установки у конкретных групп общественности.

#### 4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Объем курсового проекта должен составлять от 15 до 20 тысяч знаков. В исследовании необходимо продемонстрировать глубокое понимание вопроса, знакомство основной научной литературой по теме. В связи с этим необходимо привлечь 10-15 источников (это может быть как цитирование, так и релевантное упоминание).

Оригинальность текста должна быть не ниже 80%. Это касается только правильно оформленных цитат.

Плагиат и скрытое цитирование недопустимы.

Оформление должно соответствовать требованиям к ВКР.

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

#### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-3	Адаптирует методологические принципы современных научных исследований для решения конкретных исследовательских задач. Раскрывает специфику научных направлений, концепций и источников знания применительно к области исследования. Выстраивает и реализует программу теоретического исследования, определяет корректность интерпретации результатов исследования и разработки практических рекомендаций на основе проведенных исследований.	Вопросы для устного собеседования, тесты, практико-ориентированные задания.

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)		Работа оформлена в соответствии со стандартами, предъявляемыми к научному тексту. Тема полностью раскрыта. Присутствует четкая аргументация,

		продемонстрирована осведомленность о научной полемике по рассматриваемому вопросу.
4 (хорошо)		В оформлении работы присутствуют незначительные погрешности. Некоторые второстепенные детали темы остались нераскрыты. Присутствуют незначительные сбои в аргументативных цепочках.
3 (удовлетворительно)		В работе присутствуют оформительские ошибки. Некоторые существенные аспекты темы оказались нераскрытыми. Есть ошибки в аргументации.
2 (неудовлетворительно)		В работе допущены грубые ошибки в оформлении научного текста. Важные для понимания темы аспекты остались нераскрытыми. Ошибки в аргументации привели к неверным и недоказанным выводам.
Зачтено	Полный ответ, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Ответственный подход к осмыслению данных. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.	
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Также к незачёту ведёт попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

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

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 1	
1	Основные особенности научных исследований в сфере коммуникаций.
2	Параметры определения актуальности темы исследования.
3	Особенности презентации как способа представления результатов исследования.
4	Типы аналитического обзора научной литературы.
5	Основные виды реферативных текстов и границы их использования.
6	Структура реферативного изложения материала.
7	Основные типы ссылок и принципы их использования.
8	Специфика эмпирической базы исследования в коммуникациях.
9	Структурные элементы введения и их функции в научном исследовании.
10	Структурные и стилистические особенности научного доклада.
11	Специфика формирования методологической базы исследования в коммуникации.
12	Методы и приёмы сбора первичной информации.
13	Использование критического мышления в социо-гуманитарных исследованиях.
14	Когнитивные искажения в социо-гуманитарных исследованиях.
15	Виды конспекта как типа научного текста.
16	Принципы и приёмы создания архивной базы знаний.
17	Особенности научного определения.
18	Принципы научной классификации и систематизации знания.

19	Специфика работы с библиографическими системами описания.
20	Основные принципы составления аналитического обзора научной литературы.
21	Особенности теоретической базы исследования в социо-гуманитарных дисциплинах.
22	Специфика общенаучных методов познания в социо-гуманитарной сфере.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Укажите тип обобщения в высказывании «Все люди смертны»

- A. Универсальное
- B. Индуктивное
- C. Экзистенциальное
- D. Оспариваемое

Укажите свойство дедуктивного аргумента

- A. Истинность вывода в нем всегда равна истинности посылок
- B. При истинных посылках ложное заключение невозможно
- C. При ложных посылках истинное заключение невозможно
- D. Вывод дедуктивного аргумента всегда верен

Индуктивный аргумент отличается от дедуктивного тем, что...

- A. Индуктивный аргумент использовал доктор Ватсон
- B. Индуктивный аргумент позволяет сделать достоверный вывод
- C. Индуктивный аргумент позволяет сделать вероятностный вывод
- D. Индуктивный аргумент применим лишь в геометрии

Как называется процесс отвлечения от несущественных свойств и связей феномена с целью выделения его существенных, закономерных признаков?

- A. Абстрагирование
- B. Деконструкция
- C. Фальсификация
- D. Верификация

Что такое верификация?

- A. Процесс деления клетки
- B. Установление истинности и эмпирической осмысленности суждений
- C. Трансформация отрицательного суждения в утвердительное
- D. Поиск фактов, противоречащих теории

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Подготовьте глоссарий основных понятий и терминов методологии научного исследования, расположив их

в алфавитном порядке.

Сформулируйте последовательность выполнения действий, которые необходимо учесть при проектировании научного исследования, осуществляемого в ходе обучения в магистратуре.

Составьте программу исследования для проведения рекламной кампании

Составьте программу исследования для позиционирования компании

Составьте программу исследования для создания корпоративного кодекса

Составьте программу исследования для продвижения нового продукта на рынок

Составьте программу оценки эффективности каналов коммуникации компании

Составьте программу оценки эффективности контента сайта

Составьте программу исследования конкурентной среды предприятия

Составьте программу исследования целевой аудитории предприятия малого бизнеса.

Составьте программу исследования для проведения коммуникационной кампании

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

#### 5.3.1 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»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Своевременная сдача курсового проекта. На зачете последовательно ответ на вопросы теста, ответ на один теоретический вопрос и решение практико-ориентированного задания.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Чатфилд, Том, Колпакова, Н.	Критическое мышление: Анализируй, сомневайся, формируй свое мнение	Москва: Альпина Паблишер	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/82613.html">http://www.iprbookshop.ru/82613.html</a>
Логунова О.С., Романов П.Ю., Егорова Л.Г. и др.	Представление и визуализация результатов научных исследований	Москва: Инфра-М	2019	<a href="http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=361537">http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=361537</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Готлиб А.С.	Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: Учебное пособие	Москва: Флинта	2019	<a href="http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=341562">http://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=341562</a>
Светлов, В. А.	Логика	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/79802.html">http://www.iprbookshop.ru/79802.html</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>).
2. ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА ДИССЕРТАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ (РГБ) (<https://dvs.rsl.ru>).
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>).
4. Система поиска научных статей Google Scholar (<https://scholar.google.com>).
5. База научных статей Academia.edu (<https://www.academia.edu>).

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска