

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.01.02** Методы научно-аналитической работы

Учебный план: 2025-2026 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ЗАО №2-3-134.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<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                          |                                      |
| 1                         | УП                               | 4                 | 32             |                   | 1                        |                                      |
|                           | РПД                              | 4                 | 32             |                   | 1                        |                                      |
| 2                         | УП                               | 4                 | 59             | 9                 | 2                        | Экзамен                              |
|                           | РПД                              | 4                 | 59             | 9                 | 2                        |                                      |
| Итого                     | УП                               | 4                 | 91             | 9                 | 3                        |                                      |
|                           | РПД                              | 4                 | 91             | 9                 | 3                        |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор

\_\_\_\_\_

Смирнов Алексей  
Викторович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

\_\_\_\_\_

Смирнов Алексей  
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Смирнов Алексей  
Викторович

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать у обучающихся компетенции в аналитической и научно-исследовательской сфере рекламной деятельности

### 1.2 Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные особенности научного анализа, применяющегося в ходе исследований в профессиональной сфере;
- раскрыть принципы приобретения с помощью информационных технологий и использования в практической деятельности новых научных знаний;
- сформировать навыки применения программно-целевого метода решения научных проблем.
- сформировать у обучающихся навыки поиска научно-методологического инструментария, в максимальной степени способствующего решению научно-теоретической проблемы;
- сформировать у обучающихся навыки представления результатов исследований в форме структурированной работы.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Основы научных исследований в профессиональной сфере

Социокультурные аспекты потребления

Репутационные технологии в медиаиндустрии

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

Научно-практический семинар

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|   |
|---|
| <b>ПК-2: Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследования? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии</b> |
| <b>Знать:</b> современные технологии поиска актуальной научной информации   |
| <b>Уметь:</b> осуществлять информационно-аналитический поиск в области рекламы и СО на тематических научно-информационных порталах  |
| <b>Владеть:</b> навыками применения новейших мировых исследовательских разработок в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии                                       |

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий  | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
|  |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |
| Раздел 1. Научно-аналитическая работа в области рекламы и СО   |                           |                   |               |              |                              |
| Тема 1. Реклама и СО как предмет научно-аналитической работы.<br>Специфика рекламы и СО как междисциплинарной области научного знания. Современные перспективные направления исследований в области рекламы и СО. Понятие научного уровня исследования и критерии его оценки. Методы оценивания уровня научного исследования. Планирование ожидаемого уровня исследований, проводимых творческим коллективом или индивидуально. Понятие об актуальности научного исследования, необходимость ее обеспечения и методы ее оценивания. Новизна и самостоятельность научного исследования. | 1                         | 2                 |               | 16           | ИЛ                           |

|   |   |   |   |    |    |
|---|---|---|---|----|----|
| <p>Тема 2. Научно-аналитическая работа как форма введения практического опыта в научный контекст.</p> <p>Публикационная активность как основная форма представления исследований в современной науке. Виды научных публикаций и научных изданий и их основные особенности. Научные библиотеки и иные источники научной информации. Библиографический поиск как метод выявления перспективных направлений исследования, оценки его актуальности и самостоятельности.</p> <p>Система классификации научной информации. Методологические затруднения при научно-аналитической работе в области рекламы и СО и методы их преодоления.</p> |   | 2 |   | 16 |    |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |   | 4 |   | 32 |    |
| Консультации и промежуточная аттестация - нет   |   | 0 |   |    |    |
| Раздел 2. Современные информационные технологии в научно-аналитической работе   | 2 |   |   |    |    |
| <p>Тема 3. Современные технологии информационно-библиографического поиска.</p> <p>Сетевые источники научной информации. Современные информационные базы научных данных. Научно-информационные порталы. Системы и технологии поиска научной и библиографической информации. Формулировка запросов на научно-библиографический поиск. Проблемы верификации и научной аутентификации сетевых данных. Интернет и проблема научных заимствований. Принципы организации крупнейших глобальных и отечественных научно-информационных систем (SCOPUS, Web of Science, РИНЦ)</p>   |   |   |   | 12 |    |
| <p>Тема 4. Обобщение прикладных разработок в области рекламы и СО в научной деятельности.</p> <p>Современные источники информации о практической деятельности в области рекламы и СО. Специализированные издания в области рекламы и СО. Информационные порталы по рекламе и СО как пространство обмена опытом практической деятельности и как образовательные ресурсы.</p> <p>Информационные порталы и специализированных изданий как источники эмпирических данных для научных исследований в области рекламы и СО. Специфика аудитории сетевых порталов и авторов специализированных изданий.</p>                                  |   |   | 1 | 12 | ГД |

|   |  |      |      |    |
|---|--|------|------|----|
| Раздел 3. Система наукометрии и научно-аналитическая деятельность   |  |      |      |    |
| Тема 5. Система количественной оценки научной деятельности.<br>Наукометрия как одна из форм квалиметрии. Виды наукометрических показателей. Информационно-аналитические аспекты функционирования наукометрических систем.<br>Информационно-библиографическая база данных как основа наукометрической системы. Недостатки и проблемы современной наукометрии. Проблема «симуляции» научной деятельности и завышения наукометрических показателей.  |  | 1    | 12   |    |
| Тема 6. Специфика организации научно-информационных систем.<br>История научно-информационных систем и их учредители. Проблема организационного статуса наукометрических и научно-информационных систем. Организация доступа к научно-информационным системам. Критерии выбора наукометрических показателей в научно-информационной системе.<br>Наукометрическая система как база данных. Кодифицируемые параметры научной информации и их связь с библиографическим описанием и системой наукометрических показателей. способы повышения объективности расчета наукометрических показателей |  | 1    | 12   |    |
| Тема 7. Специфика работы с отечественной научно-аналитической системой.<br>Необходимость работы с наукометрической и научно-информационной системой.<br>Регистрационные данные. Система организации поиска по кодифицируемым параметрам. Виды поиска, их достоинства и недостатки. Подготовка научного продукта к размещению в научно-информационной системе. Аннотирование. Выбор классификатора. Составление списка ключевых слов. Оформление цитирований.  |  | 1    | 11   | ГД |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |  | 4    | 59   |    |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)   |  | 2,5  | 6,5  |    |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>   |  | 10,5 | 97,5 |    |

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

## 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  |
|-----------------|---|---|
| ПК-2            | определяет субъектов современного рекламного рынка: рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.<br>самостоятельно составляет план исследовательского проекта<br>разрабатывает аналитические модели, служащие основанием эмпирического исследования. | вопросы для устного собеседования<br>практическое задание<br>практическое задание |

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания        | Критерии оценивания сформированности компетенций  |                   |
|-------------------------|---|-------------------|
|                         | Устное собеседование  | Письменная работа |
| 5 (отлично)             | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.   |                   |
| 4 (хорошо)              | Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра  |                   |
| 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.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |                   |
| 2 (неудовлетворительно) | Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.   |                   |

### 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 2 |  |
| 1      | Специфика рекламы и СО как междисциплинарной области научного знания.      |
| 2      | Современные перспективные направления исследований в области рекламы и СО. |
| 3      | Понятие научного уровня исследования и критерии его оценки.                |
| 4      | Методы оценивания уровня научного исследования.                            |
| 5      | Виды научных публикаций и научных изданий и их основные особенности.       |
| 6      | Система классификации научной информации.                                  |

|    |  |
|----|--|
| 7  | Научные библиотеки и иные источники научной информации.  |
| 8  | Сетевые источники научной информации. Современные информационные базы научных данных.  |
| 9  | Специфика аудитории сетевых порталов и авторов специализированных изданий.   |
| 10 | Системы и технологии поиска научной и библиографической информации   |
| 11 | Принципы организации крупнейших глобальных и отечественных научно-информационных систем  |
| 12 | Современные источники информации о практической деятельности в области рекламы и СО.   |
| 13 | Информационные порталы и специализированных изданий как источники эмпирических данных для научных исследований в области рекламы и СО.<br>Подготовка научного продукта к размещению в научно-информационной системе. |
| 14 | Наукометрия. Информационно-библиографическая база данных как основа наукометрической системы.  |
| 15 | Научно-информационные системы, их организаторы и пользователи.   |
| 16 | История научно-информационных систем и их учредители.  |
| 17 | Наукометрическая система как база данных.  |
| 18 | Критерии выбора наукометрических показателей в научно-информационной системе.  |
| 19 | Недостатки и проблемы современной наукометрии.   |
| 20 | Методы оценивания уровня научного исследования.  |
| 21 | Методологические затруднения при научно-аналитической работе в области рекламы и СО и методы их преодоления  |
| 22 | Проблемы верификации и научной аутентификации сетевых данных.  |
| 23 | Специфика аудитории сетевых порталов и авторов специализированных изданий.   |
| 24 | Система организации поиска в научно-информационной системе по кодифицируемым параметрам.   |
| 25 | Специфика работы с отечественной научно-аналитической системой.  |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

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

Кейс:

Разработать сценарий проведения специального мероприятия для позиционирования кафе в Красносельском районе г. Санкт-Петербурга.

В ответе должны содержаться:

- 1) определение целевых аудиторий;
- 2) разработка предлагаемых обращений к каждой аудитории;
- 3) пошаговое описание проведения самого мероприятия с таймингом.

Вариант решения:

1) ЦА: Жители Красносельского района, 18+

2) День Святого Валентина – красивый, романтический и очень трогательный праздник. В этот день хочется, чтобы все вокруг были влюблены и счастливы! Кафе-бар «Оазис» приглашает всех влюблённых отметить День Святого Валентина на романтический ужин при свечах. В день всех влюблённых шеф-повар кафе-бара «Оазис» подготовит специальное меню. В этот вечер для Вас будет работать фотограф, который подарит Вам массу впечатлений и память о проведённом вечере. Вас ожидает красивая музыка, свечи, располагающая атмосфера, приятные сюрпризы – комплименты. Мы ждём Вас 14 февраля с 19.00.

3) 19.00 – Начало праздничного вечера. В кафе атмосфера посвящённая, посвящённая Дню Святого Валентина. Гостей кафе обслуживают официанты-купидоны.

20.00 – начинает работу фотограф.

22.00 – выходит ведущий с поздравлениями.

22.30 – конкурсы от партнёров, все участники получают призы, например: бутылка шампанского орт заведения, сертификат на двоих в салон красоты, билеты в кино.

Розыгрыши проходят с 22.30 до 1.00

3.00 – Закрытие кафе-бара «Оазис».

Кейс:

Выбрать из существующих инструментов формирования имиджа наиболее эффективные для формирования программы продвижения кафе «Часы» в г. Гатчина.

В ответе должны содержаться:

- 1) описание существующих инструментов;
- 2) анализ предполагаемой эффективности применения выбранных инструментов;
- 3) краткий план продвижения с привязкой к территории и времени.

Вариант решения:

1) Инструменты формирования имиджа:

- Корпоративная культура – имидж внутри компании.
- Фирменный стиль – цвет, логотип, форма одежды, шрифт и т.д.
- Реклама – направлена на продвижение компании через СМК, СМИ.
- Продукт компании – товар/услуга, который организация представляет общественности.
- Интернет – сайт компании, социальные сети.

2) Фирменный стиль - Вспомогательный инструмент формирования единой концепции заведения, выражаемой в едином стиле оформления, внутреннего и внешнего дизайна, формы одежды обслуживающего персонала и пр. деталей.

Реклама – СМИ: реклама на местных телеканалах; газета «Спектр»; Vilboard с информацией о бизнес-ланче, располагающийся на улице, где расположено кафе.

Продукт компании – в зависимости от фирменного стиля, например: кофе с собой, хлебная корзина, особенный десерт и пр.

Интернет – страница заведения в социальных сетях («ВКонтакте») с полной информацией, сайт, отзывы на flamp.

3) В рамках районного праздника, например: День района, День города, День молодёжи, следует организовать оригинально оформленную в фирменном стиле точку с продажей продукции компании (небольшие порции по доступной цене), например: кофе. А также подарки фирменной сувенирной продукции: календарь от заведения – с одной стороны календарь, с другой – фирменное блюдо или новинка.

### 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

Экзамен проводится в форме устного собеседования. Пользоваться справочными материалами не разрешается. Время на подготовку ответа – 30 минут.

## 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>  |   |  |             |   |
| Щербакова, Е. В.,<br>Ольховатов, Е. А.  | Методы и средства научных исследований  | Москва: Ай Пи Ар Медиа   | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/96558.html">http://www.iprbookshop.ru/96558.html</a>     |
| Набатов, В. В.  | Методы научных исследований   | Москва: Издательский Дом МИСиС   | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/106886.html">http://www.iprbookshop.ru/106886.html</a>   |
| Тронин, В. Г.,<br>Сафиуллин, А. Р.  | Методология научных исследований  | Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет                     | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/106137.html">http://www.iprbookshop.ru/106137.html</a>   |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>  |   |  |             |   |
| Махов, С. Ю.  | Методы научных исследований   | Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ)                    | 2019        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/95404.html">http://www.iprbookshop.ru/95404.html</a>     |
| Богуславская, О. В.,<br>Зорин, К. А.,<br>Подлубная, М. Л.                               | Методология научного исследования   | Красноярск: Сибирский федеральный университет                                      | 2018        | <a href="https://www.iprbookshop.ru/100051.html">https://www.iprbookshop.ru/100051.html</a> |
| Герке, Л. Н., Князева,<br>А. В., Грачев, А. Н.,<br>Гильфанов, М. Ф.,<br>Хасаншин, Р. Р. | Основы научных исследований   | Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет       | 2018        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/100578.html">http://www.iprbookshop.ru/100578.html</a>   |
| Светлов, В. А.  | История научного метода   | Саратов: Ай Пи Эр Медиа  | 2019        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/79770.html">http://www.iprbookshop.ru/79770.html</a>     |
| Земляков, В. Л.,<br>Ключников, С. Н.  | Организация и проведение исследований и разработок  | Ростов-на-Дону,<br>Таганрог: Издательство Южного федерального университета         | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/107966.html">http://www.iprbookshop.ru/107966.html</a>   |
| Кокаревич, М. Н.  | Философия и методология научной и проектной деятельности  | Томск: Томский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ      | 2020        | <a href="https://www.iprbookshop.ru/117068.html">https://www.iprbookshop.ru/117068.html</a> |
| Горлов, Н. И.,<br>Деревяшкин, В. М.,<br>Елистратова, И. Б.                              | Основы научных исследований   | Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики  | 2019        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/102129.html">http://www.iprbookshop.ru/102129.html</a>   |
| Пивоварова, О. П.   | Основы научных исследований   | Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа | 2019        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/81487.html">http://www.iprbookshop.ru/81487.html</a>     |
| Сибирякова, Т. Б.   | Научная публикация: основные требования и подготовка статей к изданию в отечественных и зарубежных журналах | Саратов: Вузовское образование   | 2018        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/77587.html">http://www.iprbookshop.ru/77587.html</a>     |
| Клименко, И. С.   | Методология системного исследования   | Саратов: Вузовское образование   | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/89238.html">http://www.iprbookshop.ru/89238.html</a>     |
| Воробьева, С. В.,<br>Смирнов, О. В.,<br>Казанцева, Л. А.,<br>Смирнова, В. О.            | Методология научного творчества   | Тюмень: Тюменский индустриальный университет                                       | 2020        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/115077.html">http://www.iprbookshop.ru/115077.html</a>   |
| Тонышева, Л. Л.,<br>Кузьмина, Н. Л.,<br>Чейметова, В. А.                                | Методы и организация научных исследований: теоретические основы и практикум                                 | Тюмень: Тюменский индустриальный университет                                       | 2019        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/101416.html">http://www.iprbookshop.ru/101416.html</a>   |

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

ЭБС IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru>

**6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения**

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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

| Аудитория            | Оснащение   |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |