

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна  
Должность: Директор института экономики и управления АПК  
Дата подписания: 17.07.2023 13:32:03  
Уникальный программный ключ:  
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор Института  
экономики и управления АПК  
д.э.н., профессор Л.И. Хоружий



«30» августа 2022 г.

**Лист актуализации рабочей программы дисциплины**

**Б1.О.01.02 «Научные исследования в профессиональной сфере»**

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2019 год

Курс 2

Семестр 4

А) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 2022 г. начала подготовки.

Б) Программа будет распространена при организации учебного процесса направленность (профиль) «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Разработчик: Гнездилова Е.В., доцент кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации

«30» августа 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 1 от «28» августа 2022 г.

И.о. Заведующего кафедрой \_\_\_\_\_

Гнездилова Е.В.

**Лист актуализации принят на хранение:**

Заведующий кафедрой  
Связей с общественностью  
и речевой коммуникации

« » \_\_\_\_\_ 2022 г.



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –  
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»  
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Факультет гуманитарно-педагогический  
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана гуманитарно-педагогического  
факультета



д.п.н, проф. Кубрушко П.Ф.

2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.О.01.02 «НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ»

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Курс 2

Семестр 4

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2019

Регистрационный номер \_\_\_\_\_

Москва, 2020

Разработчик:  
Морозов В.Э., д.филолог.н., профессор

*Морозов*

«04» 02 2020 г.

Рецензент: Зайцев А.А., к.филолог.н.

*Зайцев*

«04» 02 2020 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и учебного плана

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 7 от «04» 02 2020 г.

Зав. кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации  
Бугаева И.В., д.филолог.н., доцент

*Бугаева*

«04» 02 2020 г.

**Согласовано:**

Председатель учебно-методической комиссии гуманитарно-педагогического факультета Еремин В.И., д.э.н., профессор

*Еремин*

«04» 02 2020 г.

Заведующий выпускающей кафедрой Реклама и связи с общественностью  
Бугаева И.В., д.филол.н., доцент

*Бугаева*

«04» 02 2020 г.

Зав. отдела комплектования ЦНБ

*Клиш*

(подпись)

**Бумажный экземпляр РПД, копии электронных вариантов РПД и оценочных средств получены:**

Методический отдел УМУ

«\_\_» \_\_\_\_ 2019 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>АННОТАЦИЯ</b> .....	<b>4</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>4</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ</b> .....	<b>4</b>
<b>3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b> .....	<b>5</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>5</b>
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ.....	
ПО СЕМЕСТРАМ.....	<b>8</b>
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	<b>8</b>
4.3 ЛЕКЦИИ/ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	<b>111</b>
<b>5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ</b> .....	<b>155</b>
<b>6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>166</b>
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	<b>165</b>
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	<b>329</b>
<b>7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>29</b>
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	<b>30</b>
227.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	<b>30</b>
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ.....	<b>3430</b>
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ.....	<b>3430</b>
<b>8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>30</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)</b> .....	<b>30</b>
<b>10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b> ...	<b>30</b>
<b>11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ</b> .....	<b>35</b>
<b>12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b> .....	<b>36</b>

## Аннотация

### рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.01.02 «Научные исследования в профессиональной сфере» для подготовки магистра по направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

**Цель освоения дисциплины:** овладение фундаментальными знаниями в области научных исследований в профессиональной рекламной и PR-деятельности, овладение основными принципами, категориями, методологиями научно-исследовательской деятельности, готовность к осуществлению научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в учебном **плане:** дисциплина включена в базовую часть обязательных дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-6.1; УК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2.

**Краткое содержание дисциплины:** Будущие магистры знакомятся с направлениями научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, учатся находить и формулировать актуальные и практически значимые цели исследования, определять его задачи, объект и предмет, подбирать необходимые исследовательские методы, изучать необходимые научные труды, уместно и этично использовать их положения и материал, излагать результаты собственной научной деятельности, аргументировать свою точку зрения, правильно оформлять текст научных статей и диссертации.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 72 часа / 2 зач. ед.

**Промежуточный контроль:** зачет.

#### 1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Научные исследования в профессиональной сфере» состоит в овладении фундаментальными знаниями в области научных исследований в профессиональной рекламной и PR-деятельности, овладение основными принципами, категориями, методологиями научно-исследовательской деятельности, готовность к осуществлению научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.

#### 2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина включена в число обязательных дисциплин по выбору учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Основополагающей для изучения дисциплины «Научные исследования в профессиональной сфере» являются дисциплины «Методологические проблемы современной науки». Дисциплина является основополагающей для проведения научно-исследовательской практики и написания и защиты ВКР.

Дисциплина предусматривает ознакомление с направлениями научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, умениями находить и формулировать актуальные и практически значимые цели исследования, определять его задачи, объект и предмет, подбирать необходимые исследовательские методы, изучать необходимые научные труды, уместно и этично использовать их положения и материал, излагать результаты собственной научной деятельности, аргументировать свою точку зрения, правильно оформлять текст научных статей и диссертации.

Рабочая программа дисциплины «Методологические проблемы современной науки» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

### **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

### **4. Структура и содержание дисциплины**

#### **4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

## Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компет енции	Содержание компетенции	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	УК-6	Способен				
2.	УК-6.1	определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Умеет планировать личную карьеру и совершенствоваться на основе самооценки	научные труды по теме исследования, свойства объектов научного исследования в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью, научные подходы к их исследованию, исследовательские методы, используемые в рамках этих подходов, требования к магистерскому исследованию	выбирать предмет научного исследования с учетом актуальности, новизны и личного интереса, ставить цель и задачи исследования, обладающие теоретической и практической значимостью, формулировать тему исследования и его гипотезу, выбирать исследовательские эффективные методы, подбирать репрезентативный материал, определять этапы исследования, делать промежуточные выводы и итоговое заключение	навыками анализа научных трудов и материала по теме исследования, оформления магистерской диссертации в соответствии с требованиями к работам такого рода
3.	УК-6.2	совершенствования на основе самооценки	Определяет приоритеты собственной деятельности и реализует основы персонального брендинга			

4.	ОПК-7	Способен				
5.	ОПК-7.1	оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	свойства объектов научного исследования в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью, научные подходы к их исследованию, исследовательские методы, используемые в рамках	определять актуальные объекты научного исследования в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью, применять научные подходы к их исследованию и использовать методы, используемые в рамках	методами научного исследования, применяемыми в рамках современных подходов соответствующих наук, навыками мониторинга текущей маркетинговой ситуации и информационного поля,
6.	ОПК-7.2		Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	этих подходов, методы и методики мониторинга текущей маркетинговой ситуации и информационного поля, законы РФ и нормы профессиональной этики, регулирующие действия, предпринимаемые в ходе исследования рекламной деятельности и связей с общественностью	используемые в рамках этих подходов, использовать методы и методики мониторинга текущей маркетинговой ситуации и информационного поля, анализировать действия, предпринимаемые в ходе исследования с точки зрения их соответствия законам РФ и нормам профессиональной этики	навыки следования законам РФ и нормам профессиональной этики, регулирующим действия, предпринимаемые в ходе исследования рекламной деятельности и связей с общественностью применения

Таблица 2

## Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	в т.ч. по семестрам
		№ 8
<b>Общая трудоёмкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>1. Контактная работа:</b>	<b>18,25</b>	<b>18,25</b>
<b>Аудиторная работа</b>		
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	4	4
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	14	14
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>53,75</b>	<b>53,75</b>
<i>реферат</i>	-	-
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, и т.д.)</i>	53,75	53,75
Вид промежуточного контроля:	<b>Зачет</b>	

## 4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

## Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнёно)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 1. Научные подходы к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью	36	2	10		24
Раздел 2. Методология проведения магистерского научного исследования по направлению «Реклама и связи с общественностью»	35,75	2	4		29,75
<i>Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25			0,25	

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнёно)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Всего за 2 семестр	72	4	14	0,25	53,75
Итого по дисциплине	72	4	14	0,25	53,75

## **Раздел 1. Научные подходы к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью**

### **Тема 1. Характеристики объекта исследования в сфере рекламной и PR-деятельности**

Предмет, содержание и задачи настоящего курса. Понятие «научное исследование». Виды научных исследований: фундаментальное, прикладное, теоретико-прикладное, разведывательное, описательное. Отличие целей собственно научного исследования рекламной деятельности и связей с общественностью, имеющего долгосрочную перспективу, от целей мониторингового исследования текущей маркетинговой ситуации, в которой осуществляется рекламная и PR-деятельность.

Понятие «направление исследования: реклама и связи с общественностью». Подходы к исследованию как деятельностное понятие в отличие от направления как понятия квалификационного. Подходы к исследованию рекламной и PR-деятельности: социальные, социологические, экономические, маркетинговые, политологические, психологические, культурологические, лингвистические, лингвокультурологические и др.

Рациональное, объективное, истинное в разных науках. Факт и его научная интерпретация. Критерии истинности – проверяемость практикой, верифицируемость, парадигматичность, систематичность, современность.

### **Тема 2. Социальные, социологические, политологические исследования**

Социальные исследования как описания особенностей формирования и поведения социальных общностей и групп с использованием методов той или иной науки. Социальные группы как объекты исследований. Целевая аудитория и трудовой коллектив типы социальных групп.

Исследования организации и функционирования общества в целом, его частей и институтов при помощи социологических методов. Исследование роли и места рекламы и связей с общественностью в обществе, их взаимодействия с социальными институтами и социальными общностями.

Политологические исследования политических систем, институтов, партий и других политических объединений, политических теорий и взглядов. Исследование места и роли рекламы и связей с общественностью в политической жизни общества.

### **Тема 3. Экономические и маркетинговые исследования**

Экономические методы исследования хозяйственной деятельности человека. Исследование рекламы как одного из первостепенных факторов развития экономики, ее значения в экономической деятельности предприятия. Исследование вопросов связи предприятия с общественностью.

Маркетинговые методы исследования предпочтений социальных общностей в выборе товаров, услуг, развлечений, проведении культурного досуга и т.д. Исследование функций рекламы и связей с общественностью в формировании подобных предпочтений.

### **Тема 4. Психологические и филологические исследования**

Психологические методы изучения психических состояний и свойств человека, групп людей, общностей и обществ. Исследование роли психических факторов в восприятии рекламы и PR и влияние их самих на возникновение и развитие психических процессов

Филология как род наук о слове. Лингвостилистические методы изучения единиц языка и речи с точки зрения их повышения вероятности их приятия адресатом. Риторические методы убеждения словом. Исследование лингвостилистических и риторических свойств рекламные и PR-текстов.

### **Тема 5. Культурологические и лингвокультурологические исследования**

Культурологические методы исследования роли культурных ценностей в формировании и существовании цивилизаций. Исследование воздействия национально-культурных стереотипов на создание и восприятие рекламы и влияние рекламы на формирование таких стереотипов. Исследование приемлемости речи с точки зрения культурных традиций, национального и общего этикета. Методы исследования расхождения представителей разных культур в восприятии и осмыслении действительности и содержания речи. Лингвокультурологические методы исследования особенностей отражения национальной картины мира в значении слов и расхождений в понимании смысла слов и текстов представителями разных культур.

## **Раздел 2. Методология проведения магистерского научного исследования по направлению «Реклама и связи с общественностью»**

### **Тема 6. Цели, структура и содержание магистерского исследования рекламной и PR-деятельности**

Цели и задачи магистерского исследования по направлению «Реклама и связи с общественностью» в сравнении с бакалаврским.

Соотношение предмета исследования с его объектом. Сбор данных о предмете исследования, представленных в научной и иной литературе. Определение его актуальности, новизны, теоретической значимости и практической ценности исследования. Сбор репрезентативного фактического материала для

изучения предмета исследования.

Выбор подхода (подходов) к исследованию и исследовательских методов. Изучение истории применения выбранных методов по научным источникам. Распределение задач и методов исследования по его этапам. Составление номенклатуры базовых понятий, необходимых для проведения исследования. Поиск их определений в научных трудах и самостоятельное определение по законам логики и лингвистики. Составление исходного библиографического списка.

Формулировка темы исследования: рабочая и окончательная. Формулирование рабочей гипотезы исследования. Ее уточнение в ходе исследования до основной. Формирование системы доказательств гипотезы и последовательности их получения и предъявления. Определение структуры и содержания магистерской диссертации.

Поэтапное проведение исследования. Фиксация его хода. Возможная корректировка изначального плана. Поэтапные выводы и общее заключение.

Изложение хода исследования и полученных выводов в статьях и в диссертации. Составление конечной библиографии и приложения.

#### **Тема 7. Мониторинг текущей маркетинговой ситуации и информационного поля как разведывательное исследование**

Методы исследования состояния рынка на определенный момент (маркетинговой ситуации) и информационного поля как разновидность разведывательных исследований. Исследование роли рекламной и PR-деятельности предприятия, его конкурентов и третьих сторон на рынке и в информационном поле.

### **4.3 Лекции /практические занятия**

Таблица 4

#### **Содержание лекций /практических занятий и контрольные мероприятия**

<b>№ п/п</b>	<b>№ раздела</b>	<b>№ и название лекций/ практических занятий</b>	<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Вид контрольного мероприятия</b>	<b>Кол-во часов</b>
1.	<b>Раздел 1. Научные подходы к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью</b>				
	Тема 1. Характеристики объекта исследования в сфере рекламной и PR-деятельности	<b>Лекция № 1</b> Общие основы делопроизводства. Виды документации	ОПК-7.1 ОПК-7.2	Терминологический диктант	2
		<b>Практическое занятие № 1.</b> Характеристики	ОПК-7.1 ОПК-7.2	Беседа	2
	Тема 2. Социальные, социологические,				

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	политологические исследования Тема 3. Экономические и маркетинговые исследования	объекта исследования в сфере рекламной и PR-деятельности			
	Тема 4. Психологические и филологические исследования Тема 5. Культурологические и лингвокультурологические исследования	<b>Практическое занятие № 2.</b> Социальные, социологические, политологические исследования	ОПК-7.1 ОПК-7.2	Тематическое эссе	2
		<b>Практическое занятие № 3.</b> Экономические и маркетинговые исследования	ОПК-7.1 ОПК-7.2	Тестирование	2
		<b>Практическое занятие № 4.</b> Психологические и филологические исследования	ОПК-7.1 ОПК-7.2	Беседа	
		<b>Практическое занятие № 5.</b> Культурологические и лингвокультурологические исследования	ОПК-7.1 ОПК-7.2	Обзорное эссе	
2.	<b>Раздел 2. Методология проведения магистерского научного исследования по направлению «Реклама и связи с общественностью»</b>				
	Тема 6. Цели, структура и содержание магистерского исследования рекламной деятельности и связей с общественностью	<b>Лекция № 2</b> Методология проведения магистерского научного исследования по направлению «Реклама и связи с общественностью»	УК-6.1 УК-6,2	Терминологический диктант	2
	Тема 7. Мониторинг	<b>Практическое</b>	УК-6.1	Беседа	2

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	текущей маркетинговой ситуации и информационного поля как разведывательное исследование	<b>занятие № 6</b> Цели, структура и содержание магистерского исследования рекламной деятельности и связей с общественностью	УК-6,2		
		<b>Практическое занятие № 7</b> Мониторинг текущей маркетинговой ситуации и информационного поля как разведывательное исследование	УК-6.1 УК-6.2	Обзорное эссе	2

Таблица 5

**Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины**

№ п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	<b>Раздел 1. Научные подходы к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью</b>		
1.	Тема 1. Характеристики объекта исследования в сфере рекламной и PR-деятельности	ОПК-7.1 ОПК-7.2	1. Рациональное, объективное, истинное в социальных и экономических науках. 2. Факт и его научная интерпретация. 3. Критерии истинности.
2.	Тема 2. Социальные, социологические, политологические исследования	ОПК-7.1 ОПК-7.2	1. Социальные исследования как описания особенностей формирования и поведения социальных общностей и групп с использованием методов той или иной науки. 2. Исследования организации и функционирования общества в целом, его частей и институтов при помощи социологических методов.

№ п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
			3. Исследование места и роли рекламы и связей с общественностью в политической жизни общества.
3.	Тема 3. Экономические и маркетинговые исследования	ОПК-7.1 ОПК-7.2	1. Экономические методы исследования хозяйственной деятельности человечества. 2. Маркетинговые методы исследования Виды официальных записок.
4.	Тема 4. Психологические и филологические исследования	ОПК-7.1 ОПК-7.2	1. Психологические методы изучения психических состояний и свойств человека, групп людей, общностей и обществ. Документы для участия в запросе котировок. 2. Филология как род наук о слове. Документы для участия в запросе предложений в электронном виде.
5.	Тема 5. Культурологические и лингвокультурологические исследования	ОПК-7.1 ОПК-7.2	1. Культурологические методы исследования роли культурных ценностей в формировании и существовании цивилизаций. 2. Лингвокультурологические методы исследования особенностей отражения национальной картины мира в языке и тексте
<b>Раздел 2. Методология проведения магистерского научного исследования по направлению «Реклама и связи с общественностью»</b>			
6.	Тема 6. Цели, структура и содержание магистерского исследования рекламной деятельности и связей с общественностью	УК-6.1 УК-6.2	1. Сбор данных о предмете исследования, представленных в научной и иной литературе. 2. Составление исходного библиографического списка. 3. Поэтапное проведение исследования. Фиксация его хода. 4. Поэтапные выводы и общее заключение. 5. Изложение хода исследования и полученных выводов в статьях и в диссертации. 6. Составление конечной библиографии и приложения.
7.	Тема 7. Мониторинг текущей маркетинговой ситуации и информационного	УК-6.1 УК-6.2	1. Методы исследования состояния рынка на определенный момент (маркетинговой ситуации) и положения на нем исследуемого предприятия, в том числе через изучения мас-

№ п/п	№ раздела и темы	Формируемые компетенции	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	поля как разведывательное исследование		совой информации о нем.

## 5. Образовательные технологии

Таблица 6

### Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
1.	Тема 1. Характеристики объекта исследования в сфере рекламной и PR-деятельности	Л	Интерактивная форма: лекция-беседа
2.	Тема 2. Социальные, социологические, политологические исследования	Л	Интерактивная лекция-беседа
3.	Тема 3. Экономические и маркетинговые исследования	Л	Интерактивная форма: лекция-беседа
4.	Тема 4. Психологические и филологические исследования	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная конференция
5.	Тема 6. Цели, структура и содержание магистерского исследования рекламной деятельности и связей с общественностью	ПЗ	Интерактивная форма: круглый стол
6.	Тема 7. Мониторинг текущей маркетинговой ситуации и информационного поля	ПЗ	Интерактивная форма: учебно-научная дискуссия

## **6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины**

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

#### **Примерная тематика рефератов**

##### **Темы рефератов**

1. Научное знание как система, его особенности и структура
2. Специфика объекта рекламного исследования
3. Единство количественных и качественных изменений в развитии науки
4. Дифференциация и интеграция наук
5. Взаимодействие наук и их методов
6. Углубление и расширение процессов математизации и информатизации в научных исследованиях
7. Динамика научного знания и роль методологии
8. Эмпиризм и схоластическое теоретизирование
9. Особенности эмпирического исследования в рекламной деятельности
10. Специфика теоретического познания и его формы
11. Структура и функции научной теории
12. Закон как ключевой элемент научной теории
13. Единство эмпирического и теоретического, теории и практики
14. Роль классификации в научном исследовании
15. Научные коммуникации в области рекламной деятельности
16. Метод и методология
17. Типология методов в области рекламной деятельности
18. Слово, понятие, термин в науке
19. Функции философии в научном познании
20. Общенаучные методы и приемы исследования
21. Понимание и объяснение в науке
22. Маркетинговые исследования в рекламной деятельности
23. Законы логики и применение их в научной сфере
24. Определение понятий и их роль в научном исследовании
25. Простые суждения и их отношения в научном исследовании
26. Сложные суждения и определение их истинности
27. Виды и состав умозаключения в научной теории
28. Научная дискуссия
29. Роль аргументации в научной деятельности
30. Этапы научного исследования: методический аспект
31. Методологическая рефлексия и ее значение

- 32. Композиция научного произведения
- 33. Приемы изложения научных материалов
- 34. Язык и стиль научной работы

**Тестовые задания**  
**По первому разделу**

- 1. Научное исследование:
  - А. Деятельность в сфере науки.
  - Б. Изучение объектов, в котором используются научные методы.
  - В. Изучение объектов, которое завершается формированием знаний.
  - Г. Все варианты верны.
  
- 2. Род явлений, который исследует наука:
  - А. Предмет исследования.
  - Б. Объект исследования.
  - В. Логика исследования.
  - Г. Все варианты верны.
  
- 3. Принципы построения, формы и способы научно-исследовательской деятельности:
  - А. **Методология науки.**
  - Б. Методологическая рефлексия.
  - В. Методологическая культура.
  - Г. Все варианты верны.
  
- 4. Логика исследования включает:
  - А. Постановочный этап.
  - Б. **Исследовательский этап.**
  - В. Оформительский этап.
  - Г. Все варианты верны.
  
- 5. Рассмотрение одной из частных проблем, поставленных в исследовании:
  - А. **Задача исследования.**

- Б. Гипотеза исследования.
- В. Цель исследования.
- Г. Тема исследования.

6. Метод исследования, который предполагает организацию ситуации исследования и позволяет её контролировать:

- А. Наблюдение.
- Б. **Эксперимент.**
- В. Анкетирование.
- Г. Все варианты верны.

7. Метод исследования, предполагающий, что обследуемый выполняет задания, проходит определённое испытание:

- А. Интервью.
- Б. **Тестирование.**
- В. Изучение документов.
- Г. Все варианты неверны.

8. Тип вопроса в анкете или интервью, содержащий в себе варианты ответа:

- А. Общий.
- Б. Открытый.
- В. **Альтернативный.**
- Г. Закрытый.

9. Тип вопроса в анкете или интервью, предоставляющий респонденту возможность самостоятельно выстроить свой ответ:

- А. Общий.
- Б. Закрытый.
- В. Альтернативный.
- Г. **Открытый.**

10. Метод исследования, предполагающий, что обследуемый отвечает на ряд задаваемых ему вопросов:
- А. Манипуляция.
  - Б. **Опрос.**
  - В. Тестирование.
  - Г. Эксперимент.
12. Вопрос в анкете или интервью, допускающий односложный ответ:
- А. Косвенный.
  - Б. Альтернативный.
  - В. **Общий.**
  - Г. Открытый.
13. Метод исследования, предполагающий выяснение интересующей информации в процессе двустороннего общения с испытуемым:
- А. **Интервью.**
  - Б. Беседа.
  - В. Опрос.
  - Г. Все варианты верны.
14. Вид наблюдения, предполагающий, что исследователь является участником наблюдаемого процесса:
- А. Опосредованное.
  - Б. Скрытое.
  - В. **Включенное.**
  - Г. Все варианты верны.
15. Методы исследования, основанные на опыте, практике:
- А. **Эмпирические.**
  - Б. Теоретические.
  - В. Статистические.
  - Г. Все варианты верны.

16. Метод письменного опроса респондентов:
- А. Тестирование.
  - Б. Анкетирование.
  - В. Моделирование.
  - Г. Все варианты неверны.
17. Эксперимент, который выявляет актуальный уровень развития некоторого свойства у испытуемого или группы:
- А. Естественный.
  - Б. Формирующий.
  - В. Констатирующий.
  - Г. Лабораторный.
18. Исследовательский метод, связанный привлечением к оценке изучаемых явлений экспертов:
- А. Анализ.
  - Б. Экспертирование.
  - В. Экспертиза.
  - Г. Рейтинг.
19. Мысленное отделение какого-либо свойства предмета от других его признаков:
- А. Моделирование.
  - Б. Абстрагирование.
  - В. Синтез.
  - Г. Анализ.
20. Воспроизведение характеристик некоторого объекта на другом объекте, специально созданном для его изучения:
- А. Конкретизация.
  - Б. Анализ.
  - В. Моделирование.
  - Г. Синтез.

21. Преднамеренное, целенаправленное восприятие объекта, явления с целью изучения его свойств, особенностей протекания и поведения:
- А. Моделирование
  - В. Наблюдение**
  - С. Ощущение
  - Д. Эксперимент
22. Специальные методы исследования применимы только в одной отрасли научного знания.
- А. верно
  - В. неверно**
23. Система определенных методов, способов и приемов познания, применяемых в той или иной сфере деятельности (в науке, политике, юриспруденции и т. д.), а также учение об этой системе называется:
- А. Теория
  - В. Концепция
  - С. Методология
  - Д. Наука
24. Методы научного познания, которые опираются на философские концепции и позволяют делать очень широкие обобщения это
- А. Общенаучные методы
  - В. прикладные методы
  - С. глобальные методы
  - Д. фундаментальные методы**
25. К методам эмпирического уровня относят:
- А. анкетирование
  - В. анализ

- С. аналогия
- Д. измерение**

26. Метод познания, заключающийся в расчленении, разложении объекта исследования на составные части:
- А. Синтез
  - В. Анализ
  - С. Индукция
  - Д. Аналогия**
27. Метод познания основанный на изучении сходства объектов в некоторых признаках, из чего делается заключение об их сходстве и в других признаках это
- А. Синтез
  - В. Индукция
  - С. Дедукция
  - Д. Аналогия**
28. Способ или совокупность способов, реализация которых позволяет достичь намеченной цели исследования
- А. гипотеза
  - В. метод**
  - С. познание
  - Д. теория
29. Логический вывод частных следствий из общего положения:
- а. синтез
  - б. абстрагирование
  - с. индукция
  - д. дедукция**
30. Соединение выделенных в анализе элементов изучаемого объекта в единое целое:

- А. индукция
- В. синтез
- С. анализ
- Д. абстрагирование

31. Определение конкретного объекта и всестороннее, достоверное изучение его структуры, характеристик, связей на основе разработанных в науке принципов и методов познания, а также получение полезных для деятельности человека результатов, внедрение в производство с дальнейшим получением экономического эффекта – это

- А. объект научного исследования
- В. предмет научного исследования
- С. цель научного исследования
- Д. задача научного исследования

32. Отображение объекта при помощи условных символов и формул это

- А. идеализация
- В. формализация
- С. моделирование
- Д. символизм

33. Целенаправленное познание, результаты которого выступают в виде системы понятий, законов и теорий – это

- А. научная деятельность
- В. научное исследование
- С. научный метод
- Д. нет правильного ответа

34. Прикладные научные исследования – это

- A. разработки основных принципов изготовления новой техники и прогрессивной технологии
  - B. разработки направленные на определение перспективности работы над темой, отыскание путей решения научных задач
  - C. исследования, имеющие дополнительный характер по отношению к фундаментальным
  - D. исследования, направленные на применение новых знаний для достижения практических целей и решения конкретных задач, выходящих за пределы собственно научной деятельности
35. Определение количественных изменений объектов исследования или параметров, характеризующих их свойства – это
- A. измерение
  - B. счет
  - C. сравнение
  - D. логика
36. Сфера исследований научного коллектива, посвященных решению каких-либо крупных, фундаментальных теоретических и экспериментальных задач в определенной отрасли науки – это...
- A. научная школа
  - B. научное направление
  - C. научная тема
  - D. научный подход
37. Общественно важный вопрос, решение которого требует проведения научного исследования

1. **научная проблема**
  2. научная тема
  3. научный вопрос
  4. научное направление
38. Гипотеза - это...
- A. показатель, характеризующий уровень развития признака
  - B. научное предположение о развитии явлений и процессов в перспективе
  - C. основная задача исследования
  - D. **важное научное утверждение, требующее доказательства**
39. Учение - это...
- A. мысль, в которой утверждается или отрицается что-либо
  - B. научное утверждение, сформулированная мысль
  - C. определяющее стержневое положение в теории
  - D. **совокупность теоретических положений о какой-либо области явлений действительности**
40. Система теоретических взглядов, объединенных научной идеей - это...
- A. **концепция**
  - B. категория
  - C. положение
  - D. принцип
41. Метод научного познания, представляющий собой формулирование логического умозаключения путем обобщения данных наблюдения и эксперимента - это...
- A. **абстрагирование**

- В. синтез
- С. индукция**
- Д. дедукция

42. Метод научного познания, в основу которого положена процедура соединения различных элементов предмета в единое целое - это...

- А. абстрагирование
- В. синтез**
- С. индукция
- Д. дедукция

43. Конечный результат деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, - это...

- А. новация
- В. нововведение
- С. инновация**
- Д. новизна

**Критерии оценки:**

40 – отлично

35 – хорошо

29 – удовлетворительно

**П о в т о р о м у   р а з д е л у**

1. Краткая запись прочитанного, отражающая последовательность изложения текста:

- А. Конспект.**
- В. План.
- С. Реферат.
- Д. Тезис.

2. Краткая характеристика печатного издания с точки зрения жанра, темы, назначения

- A. Р е ц е н з и я .
  - B. Ц и т а т а .
  - C. **А н н о т а ц и я .**
  - D. Р е ф е р а т .
3. О д н о и з о с н о в н ы х п о л о ж е н и й т е к -  
с т а :
- A. **Т е з и с .**
  - B. К о н с п е к т .
  - C. П л а н .
  - D. А н н о т а ц и я .
4. К р и т и ч е с к и й о т з ы в н а н а у ч н у ю р а -  
б о т у :
- A. А н н о т а ц и я .
  - B. П л а н .
  - C. **Р е ц е н з и я .**
  - D. Т е з и с .
9. О п и с а н и е п е р в о и с т о ч н и к а , в к л ю -  
ч а ю щ е е и з л о ж е н и е е г о о с н о в н о г о  
с о д е р ж а н и я
- A. **Р е ф е р а т .**
  - B. А н н о т а ц и я
  - C. Р е ц е н з и я
  - D. К о н с п е к т
10. Н е р е к о м е н д у е т с я в е с т и и з л о ж е -  
н и е в н а у ч н о м т е к с т е :
- A. **О т п е р в о г о л и ц а е д и н с т в е н н о г о  
ч и с л а .**
  - B. О т п е р в о г о л и ц а м н о ж е с т в е н н о г о  
ч и с л а .
  - C. В б е з л и ч н о й ф о р м е .
  - D. В с е в а р и а н т ы в е р н ы .
11. О с н о в н ы е х а р а к т е р и с т и к и В К Р :
- A. Ц е л ь и с с л е д о в а н и я .
  - B. О б ь е к т и с s л e d o в a н и я .
  - C. П р е д м е т и s s l e d o в a н и я .

- D. Задачи исследования.
- E. Все варианты верны.

12. Чтобы указать предмет исследования нужно ответить на вопрос:

- A. «Как называется исследование?».
- B. «Что исследуется?».
- C. «Что нужно сделать, чтобы цель была достигнута?».
- D. «Какой результат исследователь намерен получить?».

13. Основная часть курсовой работы включает в себя:

- A. Анализ литературы.
- B. Изложение позиции автора курсовой работы.
- C. Результаты самостоятельно проведенного фрагмента исследования.
- D. Все варианты верны.

14. Важнейшие выводы, к которым пришел автор ВКР работы суммируются в:

- A. Приложении.
- B. Введении.
- C. **Заключении.**
- D. Выводах.

15. Научным изданием является:

- A. Терминологический словарь
- B. Учебник
- C. Методическое издание
- D. **Монография**

16. Не является требованием к теме выпускной квалификационной работы:

- A. актуальность

- В. простота  
С. теоретическая значимость  
Д. практическая значимость
17. Выбор темы исследования не определяется
- А. Ее актуальностью
  - В. Степенью ее раскрытия в изданных научных трудах
  - С. Интересом к ней исследователя и его научным опытом
  - Д. Мнением рецензента (оппонента) выпускной квалификационной работы
18. Формулировка цели исследования предполагает ответ на вопрос...
- А. Что исследуется?
  - В. Для чего исследуется?
  - С. Кем исследуется?
  - Д. Как исследуется?
19. Как соотносятся объект и предмет исследования:
- А. Не связаны друг с другом
  - В. Объект содержит в себе предмет исследования
  - С. Объект входит в состав предмета исследования
  - Д. Эти термины синонимичны друг другу
20. Предмет исследования это
- А. Часть объекта, изучаемая в исследовании
  - В. Род явлений, одним из которых является объект исследования
  - С. Непосредственно исследуемый материал

- D. Научные труды по теме исследования
21. Краткая характеристика работы, освещающая ее актуальность, цель, задачи, предмет, методы, новизну и т. д., это
- A. Аннотация
  - B. Введение**
  - C. Заключение
  - D. Содержание
22. Выводы отражают
- A. Результаты работы, с примерами
  - B. Основные положения разделов работы с аргументацией
  - C. Этапы работы и ее результаты
  - D. Основные положения разделов работы и ее результаты**
23. Реферат, сжатое описание целей, задачи выводов научной работы это
- A. Итоговый реферат
  - B. Обзорный реферат
  - C. Реферат-резюме**
  - D. Реферат-описание

**Критерии оценки:**

21 – отлично

18 – хорошо

15 – удовлетворительно

**Примерные вопросы для устного опроса**

**Практическое занятие № 1.**

1. Понятие «научное исследование» Виды научных исследований.
2. Исследования рекламной деятельности и связей с общественностью и мониторинговые исследования.
3. Понятия «направление исследования: реклама и связи с общественностью» и «подход к исследованию».

4. Рациональное, объективное, истинное в разных науках.
5. Факт и его научная интерпретация.
6. Критерии истинности научной интерпретации фактов.

### **Практическое занятие № 2**

1. Общее назначение социальных исследований.
2. Целевая аудитория и трудовой коллектив типы социальных групп.
3. Общее назначение социологических методов.
4. Цели и объекты применения социологических методов при исследовании рекламной деятельности и связей с общественностью.
5. Общее назначение политологических методов.
6. Цели и объекты применения политологических методов при исследовании рекламной деятельности и связей с общественностью.

### **Практическое занятие № 3.**

1. Общее назначение экономических методов.
2. Цели и объекты применения экономических методов при исследовании рекламной деятельности и связей с общественностью.
3. Общее назначение маркетинговых методов.
4. Цели и объекты применения маркетинговых методов при исследовании рекламной деятельности и связей с общественностью.

### **Практическое занятие № 4.**

1. Общее назначение психологических методов.
2. Цели и объекты применения психологических методов при исследовании рекламной деятельности и связей с общественностью.
3. Общее назначение филологических методов.
4. Цели и объекты применения филологических методов при исследовании рекламной деятельности и связей с общественностью.

### **Практическое занятие № 5.**

1. Общее назначение культурологических методов.
2. Цели и объекты применения культурологических методов при исследовании рекламной деятельности и связей с общественностью.
3. Общее назначение лингвокультурологических методов.
4. Цели и объекты применения лингвокультурологических методов при исследовании рекламной деятельности и связей с общественностью.

### **Практическое занятие № 6.**

1. Цели и задачи магистерского исследования по направлению «Реклама и связи с общественностью».

2. Соотношение предмета исследования с его объектом.
3. Задачи и порядок работы с источниками по теме исследования.
4. Формулирование темы исследования. Ее обязательные характеристики.
5. Сбор репрезентативного фактического материала для изучения предмета исследования.
6. Выбор подхода (подходов) к исследованию и исследовательских методов. Распределение задач и методов исследования по его этапам.
7. Формулирование гипотезы исследования.
8. Формирование системы доказательств гипотезы и последовательности их получения и предъявления.
9. Определение структуры и содержания магистерской диссертации.
10. Фиксация хода исследования.
11. Обобщение результатов исследования.
12. Изложение хода исследования и полученных выводов в статьях и в диссертации.

#### **Практическое занятие № 7.**

1. Методы исследования маркетинговой ситуации.
2. Методы изучения информационного поля.

#### **Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (зачет) Вопросы для проведения итогового контроля знаний**

1. Понятие «научная деятельность». Виды научной деятельности.
2. Собственно научные исследования рекламной деятельности и связей с общественностью и мониторинговые исследования.
3. Понятия «направление исследования: реклама и связи с общественностью» и «подход к исследованию».
4. Рациональное, объективное, истинное в разных науках. Критерии истинности научной интерпретации фактов.
5. Социальный научный подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.
6. Социологический подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.
7. Политологический подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.
8. Экономический подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.
9. Маркетинговый подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.
10. Психологический подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.

общественностью.

- 11.Филологический подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.
- 12.Культурологический подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.
- 13.Лингвокультурологический подход к исследованию рекламной деятельности и связей с общественностью.
- 13.Цели и задачи магистерского исследования по направлению «Реклама и связи с общественностью». Соотношение предмета исследования с его объектом.
- 14.Задачи и порядок работы с источниками по теме исследования.
- 15.Формулирование темы исследования. Ее обязательные характеристики.
- 16.Сбор репрезентативного фактического материала для изучения предмета исследования.
- 17.Выбор подхода (подходов) к исследованию и исследовательских методов. Распределение задач и методов исследования по его этапам.
- 18.Формулирование гипотезы исследования.
- 19.Формирование системы доказательств гипотезы и последовательности их получения и предъявления.
- 20.Определение структуры и содержания магистерской диссертации.
- 21.Фиксация хода исследования.
- 22.Обобщение результатов исследования.
- 23.Изложение хода исследования и полученных выводов в статьях и в диссертации.
- 24.Виды научных терминов и их определений.
- 25.Роль вторичной информации в проведении научного исследования.
- 26.Цели и методы исследования маркетинговой ситуации.
- 27.Цели и методы изучения информационного поля.
- 28.Сеть Интернет как объект и научной деятельности
- 29.Сеть Интернет как объект и как ресурс осуществления научной деятельности
- 30.СМИ как объект научной деятельности.
- 31.СМИ как ресурс научной деятельности.

## **6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания**

### **Критерии оценки:**

- «**Зачтено**» - дан ответ по существу, раскрыты все основные положения по теме зачетного вопроса, в целом выполнено практическое задание, даны ссылки на нормативные акты и другие источники. Возможны частные погрешности при ответе и при выполнении практического задания.
- «**Не зачтено**» - на дан ответ по существу, или/и не раскрыты все основные

положения, или/и не выполнено практическое задание, или/и не продемонстрировано знание нормативных актов и других источников.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **7.1 Основная литература**

1. Философия науки : учебник для аспирантуры и магистратуры / В.П. Кохановский, В.И. Пржиленский, Е.А. Сергодеева. — 3-е изд., перераб. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. — 432 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1045675>
2. Рузавин, Г.И. Философия науки: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Г.И. Рузавин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 400 с. - ISBN 978-5-238-01291-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028837>

### **7.2 Дополнительная литература**

1. Методология науки и инновационная деятельность : пособие для аспирантов, магистрантов и соискателей ученой степ. канд. наук техн. и экон. спец. / В.П. Старжинский, В.В. Цепкало. — Минск : Новое знание ; М. : ИНФРА-М, 2019. — 327 с. : ил. — (Высшее образование: Магистратура). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1000117>
2. Работа над диссертацией по техническим наукам [Текст] / Ю.И. Рыжиков. - Изд. 2-е, испр. и доп. - Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2007.

### **1.3 Нормативные правовые акты**

1. Конституция Российской Федерации.
2. Федеральный закон № 44-ФЗ от 5 апреля 2013 года «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
3. Федеральный закон № 223-ФЗ от 18 июля 2011 г. "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц".
4. Положение о подрядных торгах в РФ. МДС 80-13.2000.
5. ГОСТ Р 6.30-2003 «Унифицированные системы документации».

### **7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям**

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» - № 528. - От 8 июня 2017 г.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Консультант-плюс – <http://www.consultant.ru/>
2. Журнал «Науковедение» <https://naukovedenie.ru/>
3. Журнал «Вестник евразийской науки» <https://esj.today/>

## 9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. [www.rg.ru](http://www.rg.ru) – Российская газета.

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

- аудиторный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева: специализированные аудитории, оснащенные спецоборудованием для проведения лекционных занятий (средства мультимедиа) и для проведения практических занятий (средства мультимедиа или компьютерные классы с доступом к сети Интернет, информационным базам данных для решения задач, тестирования и анализа правовых норм);

- библиотечный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (учебная, научная, монографическая литература, сборники судебной практики, юридическая периодика).

Таблица 7

### Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

№ учебного корпуса (адрес*)	№ помещения	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 250 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение	<p>CelD-1800/512/80/DVD-R ин.№ 558788/200</p> <p>Доска белая ин.№ 558762/2</p> <p>Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000003859</p> <p>Крепление для проектора ин.№ 558769/1</p> <p>Экран с электроприводом ин.№ 558771</p> <p>Копозция стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. ин.№ 594115 - 594120</p> <p>Парты + скамейки (Комплект Медалист)-12 шт. ин.№ 593972 -593984</p>

		для самостоятельной работы	
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 249 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598946 Стол аудиторный ин.№ 558588 18 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин.№ 558590 1 шт.
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 248 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЦ с откидн.столиком и пюпитром 24 шт. Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры ин.№ 598951 Стол письменный ин.№ 554542
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 251 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для	Доска меловая – 1 шт. Парты + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. ин.№ 593960 -593971 Стол письменный ин.№ 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.

		групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы		
Лиственничная аллея, 2, кор.1		Центральная научная библиотека им. Н.И. Железнова. Читальные залы	9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных WiFi, Интернет-доступом	
Верхняя аллея, 1		Общежитие №9. Комната для самоподготовки		
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 249 а.	Не приспособлено	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. лин. № 598946 Стол аудиторный ин. № 558588 18 шт. Стол ученический ин. № 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин. № 558592/2 Стол ИЗО 558590 1 шт.

<p>№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)</p>	<p>6 к., 248 а.</p>	<p>Не приспособлено</p>	<p>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы</p>	<p>Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЦ с откидн.столиком и пюпитром 24 шт. Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры ин.№ 598951 Стол письменный ин.№ 554542</p>
<p>№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)</p>	<p>6 к., 251 а.</p>	<p>Не приспособлено</p>	<p>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для</p>	<p>Доска меловая – 1 шт. Парты + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. ин.№ 593960 - 593971 Стол письменный ин.№ 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.</p>

			текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	
--	--	--	--	--

## 11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

1. Концепция данного курса предполагает динамичное сочетание традиционных проблем в преподавании классической логики с актуальными вопросами аргументации в журналистике и рекламной деятельности.

2. Курс ориентирован на конкретные положения образовательных стандартов, программ и учебников. Студенту следует уяснить прямую связь занятий с базовыми требованиями и пояснить выбор конкретной тематики ее актуальностью, недостаточной разработанностью материала в учебной литературе и практике преподавания. Особо важен акцент на конкретном применении научных методик на примерах, доступных для живого восприятия и непосредственно выходящих на педагогический опыт.

3. Курс носит критический характер, т.е. предполагает активное восприятие материала, в ряде случаев допустимо обострение дискуссионных положений, недостатков в сложившейся практике и т.д. – с привлечением соответствующих риторических приемов полемики.

4. В содержании курса находят отражение материалы новых публикаций, дискуссий, конференций, проходящих в текущем времени. Предполагается привлечение слушателей к изучению их материалов.

5. С целью активизации восприятия предполагается сочетание традиционного материала с самыми современными явлениями и технологиями. Это способствует цельному и динамичному восприятию учебного курса.

6. Курс предполагает свободную дискуссию по принятым вопросам, включение материалов и форм работы по предложениям слушателей.

7. Для усиления убедительности привлекаются мультимедийные материалы, а также источники из смежных областей знания и культуры – с указанием исходных данных, ссылками на конкретные публикации. Привлекаются подходящие материалы, подготовленные слушателями. На сайте кафедры предполагается размещение не только программы занятий, но и подготовленных презентаций, иллюстраций, конспектов и проч. в режиме свободного доступа и дальнейшего использования – с соблюдением авторских прав.

8. Используются современные средства коммуникации для

проведения самостоятельной работы слушателей, такие как интернет, электронная почта, форумы, в том числе с целью отработки соответствующих современных навыков и технологий.

10. *Отбор материала для лекционных занятий* определяется их темами. Слушателю следует тщательно ознакомиться с содержанием каждой темы в учебной литературе и подготовить вопросы лектору.

11. *Семинарские занятия предназначаются* для углубленного изучения той или иной дисциплины и овладения методологией применительно к особенностям изучаемой отрасли науки. Они выполняют следующую роль.

- ✓ стимулируют регулярное изучение первоисточников и другой литературы, внимательное отношение к лекционному курсу;
- ✓ закрепляют знания, полученные при прослушивании лекции и самостоятельной работе над литературой;
- ✓ расширяют круг знаний благодаря выступлениям товарищей и преподавателя на занятии;
- ✓ позволяют слушателям проверить правильность ранее полученных знаний, вычленив в них наиболее важное, существенное;
- ✓ способствуют превращению знаний в твердые личные убеждения, рассеивают сомнения, которые могли возникнуть на лекциях и при изучении литературы, что особенно хорошо достигается в результате столкновения мнений, дискуссии;
- ✓ прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления по теоретическим вопросам;
- ✓ приучают слушателей свободно оперировать терминологией;
- ✓ предоставляют возможность преподавателю систематически контролировать уровень самостоятельной работы слушателей над учебным материалом, степень их внимательности на лекциях;
- ✓ позволяют изучить их мнения, интересы, служат средством контроля преподавателя не только за работой слушателей, но и за своей собственной как лектора и руководителя семинара.

12. При подготовке к семинарскому занятию следует точно уяснить тему и цель семинарских занятий. Важное место должно отводиться *вопросу о взаимосвязи между семинаром и лекцией*, семинаром и самостоятельной работой слушателей, о характере и способах такой взаимосвязи. Семинар не повторяет лекцию, вместе с тем сохраняя связь принципиальных положений лекции с содержанием семинарского занятия.

### **Виды и формы отработки пропущенных занятий**

Студент, пропустивший занятия, обязан в часы консультаций прийти на кафедру, к преподавателю дисциплины, имея при себе конспекты лекций и

выполненные задания по пропущенным занятиям в соответствии с планом семинара. Студент должен быть готовым аргументировано ответить на вопросы преподавателя по пропущенной теме.

## **12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине**

В процессе преподавания учебной дисциплины основными задачами преподавателя являются следующие: 1) раскрыть содержание каждой темы; 2) показать логическую взаимосвязь материала разделов так, чтобы учебная дисциплина открылась студентам как научная система; 3) помочь бакалаврам овладеть учебным материалом; 4) привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

При изучении тем 1-5 следует в большой мере опираться на подробное освещение их содержания в научной и в учебной литературе и, используя самостоятельную работу студентов, проводить лекции в форме лекции-беседы.

При изучении материала тем 6-7 следует активизировать самостоятельно полученные знания студентов из указанных в списке литературы источников, организуя в этих целях учебно-научные круглые столы, конференции, дискуссии.

Для самостоятельной работы бакалавров предусмотрены темы рефератов и вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов занятий целесообразно предложить бакалаврам в начале семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки. На практическом занятии, организованном в интерактивной форме учебной конференции, целесообразно заслушивание и обсуждение выступлений студентов по темам, заранее согласованным с преподавателем.

### **Программу разработал:**

Морозов В.Э., д.филолог.н., профессор

---

## РЕЦЕНЗИЯ

**на рабочую программу дисциплины «Научные исследования в профессиональной сфере» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в сфере (отрасли АПК)» (квалификация выпускника – магистр)**

Зайцевым Алексеем Анатольевичем, кандидатом филологических наук, зав.кафедрой русского языка и культуры речи ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева (далее по тексту - рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Научные исследования в профессиональной сфере» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Морозов Валерий Эдгартович, доктор филологических наук, профессор каф. связей с общественностью и речевой коммуникации). Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины « Документоведение и тендерная документация» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе *актуальность* учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к вариативной части обязательных дисциплин учебного цикла – Б1.

3. Представленные в Программе *цели* дисциплины соответствуют требованиям ФГОС направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Научные исследования в профессиональной сфере» закреплены 4 компетенции. Дисциплина «Научные исследования в профессиональной сфере» и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

5. *Результаты обучения*, представленные в Программе в категориях *знать, уметь, владеть* соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

6. Общая трудоёмкость дисциплины «Научные исследования в профессиональной сфере» составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросах исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Научные исследования в профессиональной сфере» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

8. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

9. Программа дисциплины «Научные исследования в профессиональной сфере» предполагает 4 занятия в интерактивной форме.

10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

11. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, беседах, участие в тестировании, работа над домашними заданиями), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме экзамена, что соответствует статусу дисциплины как обязательной дисциплины базовой части учебного цикла – Б1 ФГОС направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

12. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 2 наименования, соответствует требованиям ФГОС направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Научные исследования в профессиональной сфере» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

14. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Научные исследования в профессиональной сфере».

## ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «**Научные исследования в профессиональной сфере**» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», *направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфере АПК)» (квалификация выпускника – магистр)*, разработанная Морозовым В.Э., профессором кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, д.филол.н., профессор, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент:

Зайцев А.А., зав. кафедрой иностранных и русского языков

ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева,

кандидат филологических наук

\_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ г.

УТВЕРЖДАЮ:

Декан гуманитарно-педагогического  
факультета

\_\_\_\_\_ проф. Кубрушко П.Ф..  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**Лист актуализации рабочей программы дисциплины**

**Б1.О.01.02**

**«Научные исследования в профессиональной сфере»**

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфере АПК)

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2019

Курс 2

Семестр 4

В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 2019 г. начала подготовки.

Разработчик: Морозов В.Э., д.филол.н., профессор \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, протокол № \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Заведующий кафедрой правоведения Бугаева И.В. \_\_\_\_\_

**Лист актуализации принят на хранение:**

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Методический отдел УМУ: \_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.