

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

**Профиль «Реклама и связи с общественностью
в коммерческой и некоммерческой сферах»**

АННОТАЦИЯ

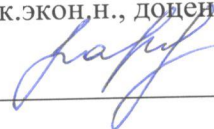
рабочей программы дисциплины

«Методология и методы исследования в коммуникационной сфере»

Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений

форма обучения - заочная

Составитель аннотации – Марочкина Светлана Станиславовна, к.экон.н., доцент, доцент
кафедры общей психологии и социальных коммуникаций



Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 ЗЕТ, 108 час.
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов методологической и научной культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения исследований в коммуникационной сфере
Содержание дисциплины	Тема 1. Методологические основы научного исследования в коммуникационной сфере Тема 2. Организация процесса проведения исследования Тема 3. Методы научного исследования Тема 4. Основы маркетинговых исследований Тема 5. Методы маркетинговых исследований Тема 6. Подготовка социологического исследования Тема 7. Сбор социологической информации Тема 8. Анализ, обобщение и использование результатов исследования
Формируемые компетенции (коды)	УК-1, ПКУВ-1.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-1.1. Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач УК-1.2. Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности УК-1.3. Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений ПКУВ-1.1. Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации. ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью. ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.

Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Основы проектной деятельности Математика Информатика Теория и практика рекламы и связей с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Политический PR Психология рекламы Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, доклады, практические задания, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Зав.кафедрой ОПиСК, к.псих.н., доцент

И.Б. Шуванов