

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
«Сочинский государственный университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Методология и методы исследования в коммуникационной сфере»

Шифр и направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах
Форма обучения	Очная
Выпускающая кафедра	Общей психологии и социальных коммуникаций
Кафедра-разработчик рабочей программы	Общей психологии и социальных коммуникаций

Семестр	Трудоем- кость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	КРЗ	Форма промежуточного контроля (экс./зачет)
ОФО								
8	108/3	16	16	–	40	–	–	Экзамен (36)
Итого:	108/3	16	16	–	40	–	–	Экзамен (36)

Сочи 2019

Рабочая программа по дисциплине «Методология и методы исследования в коммуникационной сфере» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (приказ № 512 от 08.06.2017 г.)

Рабочую программу составила:
Марочкина С.С., к.э.н., доцент



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

на заседании кафедры Общей психологии и социальных коммуникаций


Протокол № 1 от «28» 08 2019 г.

Заведующий кафедрой ОПиСК



И.Б. Шуванов

Руководитель ОПОП



И.Б. Шуванов

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета направления
«Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от «28» 08 2019 г.

Председатель УМСН



И.А. Иванов

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям

Отдел качества образования и методического обеспечения  В.В. Васильченко

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО 3++	5
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1 Тематический план дисциплины	8
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	15
5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	16
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины	16
5.2 Организация самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине	17
5.3. Особенности преподавания дисциплины	17
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины	17
Приложение. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Методология и методы исследования в коммуникационной сфере» является формирование у студентов методологической и научной культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения исследований в коммуникационной сфере.

Основные задачи дисциплины:

- формирование системы знаний об основах методологии, методики исследования в коммуникационной сфере;
- формирование целостного теоретического представления об основных методах исследования применительно к конкретному процессу или объекту профессиональной сферы;
- формирование у студентов знаний и представлений о процедурах формулирования проблемы, темы, гипотезы, цели и задач исследования ситуации, процесса, объекта;
- развитие навыков самостоятельного проведения исследования с использованием различных вариантов организации.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Методология и методы исследования в коммуникационной сфере» относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Межпредметные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
<i>Универсальные компетенции</i>			
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Основы проектной деятельности Математика Информатика	нет, так как дисциплина завершает формирование компетенции
<i>Профессиональные компетенции</i>			
	ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Политический PR Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью	нет, так как дисциплина завершает формирование компетенции

		Психология рекламы Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий	
--	--	--	--

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Универсальные компетенции			
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач	Знать: - теоретико-методологические основы научного исследования – 3-УК-1.1. Уметь: - разрабатывать конкретные программы научных, маркетинговых и социологических исследований – У-УК-1.1. Владеть: - системой знаний о методологии научного исследования – Н-УК-1.1.
		УК-1.2. Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	Знать: - основные принципы методологии социологического исследования, специфику применения базовых методов сбора социологической информации – 3-УК-1.2. Уметь: - использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в коммуникационной сфере – У-УК-1.2. Владеть: - процедурами подборки методов научного исследования применительно к конкретному процессу или объекту профессиональной сферы – Н-УК-1.2.

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		УК-1.3. Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы планирования и организации исследований в коммуникационной сфере – З-УК-1.3. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обрабатывать полученные результаты исследований, анализировать и осмысливать их с учетом имеющихся научных данных – У-УК-1.3. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процедурой формулирования проблемы, темы, гипотезы, цели и задач исследования ситуации, процесса, объекта – Н-УК-1.3.
Профессиональные компетенции			
	ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	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.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретико-методологические основы исследований в коммуникационной сфере – З-ПКУВ-1.1. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать цели и задачи исследования, находить адекватные методы их решения, идентифицировать объект и предмет исследования – У-ПКУВ-1.1. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками по сбору и обработке информации, использованию современных средств обработки информации – Н-ПКУВ-1.1.
		ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ключевые понятия, цели и задачи использования маркетинговых исследований в областях, связанных с коммуникацией – З-ПКУВ-1.2. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы маркетинговых и социологических исследований – У-ПКУВ-1.2. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговых и социологических исследований – Н-ПКУВ-1.2.

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила и процедуры маркетинговых исследований – 3-ПКУВ-1.3. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методику и технику проведения маркетинговых исследований – У-ПКУВ-1.3. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подготовки и проведения маркетингового исследования с помощью основных методов сбора данных – Н-ПКУВ-1.3.

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 час.

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС	Контроль
1	Тема 1. Методологические основы научного исследования в коммуникационной сфере	9	2	2	–	5	
2	Тема 2. Организация процесса проведения исследования	9	2	2	–	5	
3	Тема 3. Методы научного исследования	9	2	2	–	5	
4	Тема 4. Основы маркетинговых исследований	9	2	2	–	5	
5	Тема 5. Методы маркетинговых исследований	9	2	2	–	5	
6	Тема 6. Подготовка социологического исследования	9	2	2	–	5	
7	Тема 7. Сбор социологической информации	9	2	2	–	5	
8	Тема 8. Анализ, обобщение и использование результатов исследования	9	2	2	–	5	
	Экзамен	36	–	–	–	–	36
ИТОГО:		108	16	16	–	40	36

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание занятия	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Методологические основы научного исследования в коммуникационной сфере	2	<p>Понятие о методологии как о системе принципов и способов организации, построения теоретической и практической деятельности.</p> <p>Научоведческие основания методологии науки. Научное познание и научное исследование. Наука как социальный институт. Общие закономерности развития науки. Структура научного знания. Теоретические и эмпирические исследования, их взаимосвязь. Фундаментальное и прикладное исследование. Формы организации научного знания. Понятие «факт» и его интерпретация. Функции фактов в исследовании. Гипотеза как форма научного знания. Виды гипотез, основные требования к научной гипотезе. Понятия «положение», «аксиома», «категория», «термин», «принцип», «закон», «теория», «доктрина», «парадигма».</p> <p>Особенности научных исследований в коммуникационной сфере</p>	3-УК-1.1. 3-ПКУВ-1.1.	[1-5]
2	Тема 2. Организация процесса проведения исследования	2	<p>Стратегия и тактика научного исследования. Фазы исследования: характеристика и содержание. Фаза проектирования исследования. Методологический замысел и творческое ядро исследования. Объект и предмет исследования. Проведение обоснования актуальности темы исследования. Цель исследования. Гипотеза исследования. Задачи исследования. Связь задач и гипотезы исследования. Технологическая фаза исследования. Роль и возможности современных информационных технологий на различных этапах исследования. Методические требования к выводам научного исследования. Формулировка выводов и оценка полученных результатов.</p>	3-УК-1.1. 3-ПКУВ-1.1.	[1-5]
3	Тема 3. Методы	2	Классификация и характеристика	3-УК-1.1.	[1-5]

	научного исследования		<p>методов исследования. Классификация методов научного познания. Сущность теоретического и эмпирического методов научного познания. Сущность, роль, состав и содержание общенаучных методов познания. Сущность, содержание и роль конкретнонаучных (частных) методов познания. Классификация и характеристика методов исследования. Классификация методов научного познания. Сущность теоретического и эмпирического методов научного познания. Сущность, роль, состав и содержание общенаучных методов познания. Сущность, содержание и роль конкретнонаучных (частных) методов познания. Общенаучные логические методы и приёмы познания Системный анализ. Моделирование. Эксперимент.</p>	<p>3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1.</p>	
4	Тема 4. Основы маркетинговых исследований	2	<p>Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Основные этапы процесса маркетингового исследования, их особенности. Постановка маркетинговой проблемы – исходный пункт процесса маркетингового исследования. Типы исследований, используемые в процессе сбора информации, их особенности, качественные и количественные, поисковые, описательные, причинные. Программа исследования. Отчет о результатах исследования, его функции.</p>	<p>3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. 3-ПКУВ-1.3.</p>	[1-5]
5	Тема 5. Методы маркетинговых исследований	2	<p>Метод опроса. Аспекты проведения массовых и личных опросов. Способы проведения опросов. Выборочные и панельные опросы. Специфика работы интервьюера, его роль в массовом опросе. Анкета и особенности ее разработки. Закрытые и открытые вопросы, их виды и особенности применения. Основные приемы измерения в маркетинговых исследованиях. Основной порядок составления анкеты, ее контроль и апробация.</p>	<p>3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. 3-ПКУВ-1.3.</p>	[1-5]

			Фокус-групповые дискуссии. Методика формирования фокус-групп. Наблюдение как метод информации. Возможности наблюдения как самостоятельного метода проведения исследования. Эксперимент как метод проведения исследований. Возможности эксперимента. Глубинные интервью. Анализ протокола. Опрос экспертов. Метод экспертных оценок. Метод «мозговой атаки». Метод синектики.		
6	Тема 6. Подготовка социологического исследования	2	Виды социологического исследования. Программа и план исследования. Измерение социальных явлений и процессов.	3-УК-1.2. 3-ПКУВ-1.1.	[1-5]
7	Тема 7. Сбор социологической информации	2	Специфика опроса общественного мнения. Метод социологического наблюдения. Метод анализа документов. Социологический эксперимент. Методы социометрии. Выборочный метод в прикладной социологии.	3-УК-1.2. 3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1.	[1-5]
8	Тема 8. Анализ, обобщение и использование результатов исследования	2	Обобщение и отображение результатов исследования. Интерпретация полученных данных. Прогнозирование социальных процессов. Использование результатов социологического исследования	3-УК-1.2. 3-ПКУВ-1.1.	[1-5]
Итого:		18			

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание занятия	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Методологические основы научного исследования в коммуникационной сфере	2	Обсуждение вопросов	3-УК-1.1. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.2. У-ПКУВ-1.1. Н-УК-1.1. Н-УК-1.2.	[1-5]
2	Тема 2. Организация процесса проведения исследования	2	1. Устный опрос 2. Доклады студентов	3-УК-1.1. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.1. У-УК-1.3. Н-УК-1.3. Н-ПКУВ-1.1.	[1-5]
3	Тема 3. Методы научного исследования	2	1. Выполнение практического задания 2. Обсуждение вопросов	3-УК-1.1. 3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.2. Н-УК-1.1.	[1-5]

				Н-УК-1.2.	
4	Тема 4. Основы маркетинговых исследований	2	1. Устный опрос 2. Доклады студентов	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-1.1. У-ПКУВ-1.1. У-ПКУВ-1.3. Н-УК-1.3. Н-ПКУВ-1.1. Н-ПКУВ-1.2. Н-ПКУВ-1.3.	[1-5]
5	Тема 5. Методы маркетинговых исследований	2	1. Выполнение практического задания 2. Доклады студентов 3. Обсуждение вопросов	3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-1.3. У-ПКУВ-1.2. У-ПКУВ-1.3. Н-ПКУВ-1.2. Н-ПКУВ-1.3.	[1-5]
6	Тема 6. Подготовка социологического исследования	2	1. Выполнение практического задания 2. Обсуждение вопросов	3-УК-1.2. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.1. У-ПКУВ-1.1. У-ПКУВ-1.2. Н-УК-1.3.	[1-5]
7	Тема 7. Сбор социологической информации	2	1. Устный опрос 2. Доклады студентов	3-УК-1.2. 3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.1. У-ПКУВ-1.2. Н-ПКУВ-1.2.	[1-5]
8	Тема 8. Анализ, обобщение и использование результатов исследования	2	1. Выполнение практического задания 2. Устный опрос 3. Доклады студентов	3-УК-1.2. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.3. Н-ПКУВ-1.1. Н-ПКУВ-1.2.	[1-5]
Итого:		18			

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Вид СРС	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Методологические основы научного исследования в коммуникационной сфере	5	Работа с литературными источниками, подготовка к устному опросу	3-УК-1.1. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.2. У-ПКУВ-1.1. Н-УК-1.1. Н-УК-1.2.	[1-5]
2	Тема 2. Организация процесса проведения исследования	5	Работа с литературными источниками, подготовка к устному опросу, подготовка докладов с	3-УК-1.1. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.1. У-УК-1.3.	[1-5]

			презентацией	Н-УК-1.3. Н-ПКУВ-1.1.	
3	Тема 3. Методы научного исследования	5	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала	3-УК-1.1. 3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.2. Н-УК-1.1. Н-УК-1.2.	[1-5]
4	Тема 4. Основы маркетинговых исследований	5	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией	3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-1.1. У-ПКУВ-1.1. У-ПКУВ-1.3. Н-УК-1.3. Н-ПКУВ-1.1. Н-ПКУВ-1.2. Н-ПКУВ-1.3.	[1-5]
5	Тема 5. Методы маркетинговых исследований	5	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией, подготовка к устному опросу	3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1. 3-ПКУВ-1.2. 3-ПКУВ-1.3. У-УК-1.3. У-ПКУВ-1.2. У-ПКУВ-1.3. Н-ПКУВ-1.2. Н-ПКУВ-1.3.	[1-5]
6	Тема 6. Подготовка социологического исследования	5	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией	3-УК-1.2. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.1. У-ПКУВ-1.1. У-ПКУВ-1.2. Н-УК-1.3.	[1-5]
7	Тема 7. Сбор социологической информации	5	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией	3-УК-1.2. 3-УК-1.3. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.1. У-ПКУВ-1.2. Н-ПКУВ-1.2.	[1-5]
8	Тема 8. Анализ, обобщение и использование результатов исследования	5	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу	3-УК-1.2. 3-ПКУВ-1.1. У-УК-1.3. Н-ПКУВ-1.1. Н-ПКУВ-1.2.	[1-5]
Итого:		40			

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – 2-е изд., доп. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. – 368 с. – ISBN 978-5-9558-0233-6 – URL: <http://znanium.com/catalog/product/351385> (дата обращения: 22.08.2019). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Климантова, Г.И. Методология и методы социологического исследования / Климантова Г.И., Черняк Е.М., Щегорцов А.А. - М.: Дашков и К, 2017. - 256 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/450818> (дата обращения: 22.08.2019). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71235.html> (дата обращения: 22.08.2019). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Кравцова, Е. Д. Логика и методология научных исследований: учеб. пособие / Е. Д. Кравцова, А. Н. Городищева. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2014. – 168 с. - ISBN 978-5-7638-2946-4 - URL: <http://znanium.com/catalog/product/507377> (дата обращения: 22.08.2019). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

Методология и методы социологического исследования: учебник / под ред. В.И. Дудиной, Е.Э. Смирновой. - СПб: СПбГУ, 2014. - 388 с. – ISBN 978-5-288-05537-9 – URL: <http://znanium.com/catalog/product/940854> (дата обращения: 22.08.2019). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

4.2.2 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам университета. СГУ обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающихся к информационным справочным и поисковым системам.

В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных:

1. Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, [2017-]. – URL: <http://lib.sutr.ru/> (дата обращения: 12.08.2019). – Текст : электронный.

2. ScienceDirect : полнотекстовая база данных / издательство Elsevier. – URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3. SpringerNature : полнотекстовая база данных / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <https://link.springer.com/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание «www.iprbookshop.ru». – Саратов, [2010-]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

5. Znanium.com : электронно-библиотечная система / ЭБС Znanium.com, ООО «Научно-издательский центр Инфра-М». – Москва, [2011-]. – URL: <http://znanium.com/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

6. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ. – Москва, [2004-]. – Режим доступа: <https://rusneb.ru> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

7. Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, [1997-]. – URL: <https://polpred.com/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

8. КонсультантПлюс : справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
9. КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итеос». – Электрон. дан. – Москва, [2014-]. – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 12.08.2019). – Текст : электронный.
10. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека / Компания «Научная электронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Москва, [2000-]. – URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 12.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ

Зав. библиотекой



Мысина Е.С.

4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется в форме проведения устного опроса, докладов, практических заданий. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- вопросы к устному опросу;
- темы докладов;
- практические задания;
- вопросы к экзамену;
- экзаменационные билеты.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

по дисциплине «Методология и методы исследования в коммуникационной сфере»

1. Научное познание и его специфика
2. Понятие о методе и методологии научного исследования.
3. Теория, метод и методика, их взаимосвязь.
4. Структура научного знания.
5. Научный понятийный аппарат.
6. Типология методов научного исследования.
7. Универсальные методы научного познания
8. Системный подход: сущность, назначение, перспективы
9. Фундаментальные и прикладные научные исследования
10. Организация процесса проведения научного исследования
11. Методы эмпирического исследования
12. Методы теоретического исследования
13. Общелогические методы исследования
14. Цели и задачи маркетинговых исследований. Направления маркетинговых исследований.
15. Процесс проведения маркетинговых исследований.
16. Понятие и виды опроса, область применения, преимущества и ограничения опроса как метода, типичные ошибки при опросах. Примеры использования.
17. Основные виды опроса. Типичные ошибки при разных видах опроса. Примеры использования разных видов опроса.
18. Анкета как важнейший инструмент опроса. Разработка закрытых и открытых анкетных вопросов.
19. Фокус-групповые дискуссии.

20. Метод экспертных оценок.
21. Основные виды наблюдения и их параметры, сравнительные преимущества и недостатки. Примеры
22. Специфика метода наблюдения в социологии. Достоинства и недостатки метода.
23. Эксперимент как метод проведения исследований.
24. Виды социологического исследования.
25. Структура и функции программы социологического исследования: методологический и методический блоки.
26. Анализ, обобщение и использование результатов социологического исследования.
27. Метод контент-анализа. Основные этапы подготовки и проведения контент-анализа.
28. Выборочный метод в социологическом исследовании, область применения. Процесс формирования выборки (этапы проектирования, шаги).
29. Классификация (типология) вероятностных выборок в социологических исследованиях. Особенности применения каждого из типов. Примеры использования в прикладных исследованиях.
30. Виды неслучайных выборок, используемых в социологии. Достоинства и недостатки каждого. Релевантные сферы применения для каждого из них.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

Дисциплина «Методология и методы исследования в коммуникационной сфере» изучается студентами очной формы на четвертом курсе в 8-м семестре. Дисциплина служит основой для формирования у студентов методологической и научной культуры, системы знаний, умений и навыков в области организации и проведения исследований в коммуникационной сфере.

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, решают практические задачи по указанию преподавателя, усваивают и повторяют основные понятия. Студенты изучают теоретический материал в соответствии с программой курса, готовятся к практическим занятиям, делают сообщения, самостоятельно готовятся к сдаче экзамена, прорабатывая необходимый материал согласно перечню терминов, контрольных вопросов и списку рекомендованной литературы.

Практические занятия требуют активного участия всех студентов в обсуждении вопросов, выносимых на семинар.

Характер и количество задач, решаемых на практических занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки решения ими учебных заданий и практических задач, выполнения домашних заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки с дальнейшим групповым обсуждением.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа студентов подразумевает выполнение заданий, развивающих и укрепляющих навыки поиска, оценки, отбора и изложения информации.

Самостоятельный контроль знаний проводится регулярно с помощью вопросов к разделам в учебниках, вопросов к темам лекций, тестовым заданиям в учебниках по темам, проверки знаний основных терминов.

Для допуска к сдаче экзамена по дисциплине студенты обязаны выполнить все полученные задания, успешно пройти рубежный контроль.

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания сообщений;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной работы.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие учебно-методических материалов, тем сообщений, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

Преподавание дисциплины ведется с применением элементов следующих видов образовательных технологий:

по видам учебной работы:

- лекция - устное систематическое и последовательное изложение материала по какой-либо проблеме, методу, теме вопроса. По способу изложения материала существуют: проблемная, лекция – визуализация, бинарная лекция, лекция-пресс-конференция, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с заранее запланированными ошибками и др.;

- практическое занятие - это занятие, проводимое под руководством преподавателя в учебной аудитории, направленное на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы, которое формирует практические умения (вычислений, расчетов, использования таблиц, справочников и т.д.) Практические занятия проводятся в виде: деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, тренингов, бесед, дискуссий, взаимообучения;

- самостоятельная работа студентов - вид деятельности, при котором в условиях систематического уменьшения прямого контакта с преподавателем студентами выполняются учебные задания;

- организация и проведение консультаций;
- проведение зачета.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Практические занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Студенты в полном объеме обеспечены библиотечной учебной и учебно-методической литературой. Отдел справочно-библиографических и электронных систем библиотеки СГУ включает в свою структуру читальный зал электронных ресурсов.

Перечень лицензионного программного обеспечения

OS Microsoft Windows – Лицензионные договора №0318100046815000032-0003440-01 (08/16д) от 13.01.2015, №0318100046815000030-0003440-01 (06/16д) от 13.01.2015

Microsoft Office 2013 Professional Plus, Договор № 05/16 гпд от 13.01.2015г, срок соглашения бессрочный

Антивирус Касперского – Лицензионный договор №ВК100011676/17 (39/17д) от 02.02.2017