

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

11.03.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

М.1.2.4 Основы научных исследований

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки  
(специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Магистр

(бакалавр/магистр/специалист)

Программа магистратуры

Реклама и связи с общественностью в государственных,  
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс

2

Триместр

5, 6

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	252 / 7	часов/зачетных единиц
Лекции	32	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	39	часов
Иная контактная работа	9	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	80	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	триместр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	172	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	триместр
Зачет	5	триместр
БРК, ДЗ	6	триместр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	А.И. Тюленев
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина  
Кафедра социальных наук и технологий

		(наименование кафедры)	
16.02.2024	протокол №	4	
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)  
кафедрой(ами).  
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит  
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 12.03.2024 г.  
Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	<b>знания:</b> Знает основные принципы и подходы к анализу проблемной ситуации как системы с выявлением выявлением элементов последней, а также связей между ними <b>умения:</b> Умеет анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними <b>навыки:</b> Владеет методикой анализа проблемной ситуации как системы с выявлением составляющих последней, а также связей между ними
	ИУК-1.2. Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению	<b>знания:</b> Знает как определить пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также спроектировать процессы по устранению означенных пробелов <b>умения:</b> Умеет определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также проектировать процессы по устранению названных пробелов <b>навыки:</b> Владеет методикой определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также навыками проектирования процессов по устранению таких пробелов
	ИУК-1.3. Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников	<b>знания:</b> Знает как следует критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой информацией, полученной из разных источников <b>умения:</b> Умеет критически оценивать надежность источников информации, работать с противоречивой информацией, полученной из разных источников <b>навыки:</b> Владеет навыками критического оценивания надежности источников информации, работы с противоречивой информацией, полученной из разных источников

	ИУК-1.4. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов	<b>знания:</b> Знает как следует разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов <b>умения:</b> Умеет разрабатывать и содержательно аргументировать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов <b>навыки:</b> Обладает навыками разработки и содержательного аргументирования стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов
	ИУК-1.5. Использует логико-методологический инструментарий для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области	<b>знания:</b> Знает как следует использовать логико-методологический инструментарий для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области <b>умения:</b> Умеет использовать логико-методологический инструментарий для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области <b>навыки:</b> Владеет навыками использования логико-методологического инструментария для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к элективным дисциплинам (модулям) ОПОП.

Дисциплина является элективной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Основы научных исследований (УК-1), Разработка и реализация коммуникационной стратегии (УК-1)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих

## Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: задания, информационные, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, проблемная лекция

## Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5 триместр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Основы научных исследований 1 часть</b>	<b>104</b>	УК-1
Лекция. 1. Предмет дисциплины «Основы научных исследований в РК и СО»	4	
Лекция. 2. Качественные методы научных исследований рекламы и паблик рилейшнз	4	
Лекция. 3. Количественные методы научных исследований рекламы и паблик рилейшнз	4	
Лекция. 4. Системный подход к рекламе и паблик рилейшнз	4	
Лекция. 5. Структурно-функциональный анализ рекламы и PR	2	
Практическое занятие. 1. «Дисциплинарный эклектизм» или полипарадигмальный подход к изучению рекламы и паблик рилейшнз.	2	
Практическое занятие. 2. Теоретические и прикладные аспекты научных исследований рекламы и PR.	2	
Практическое занятие. 3. Неструктурированное наблюдение как метод изучения рекламы и пиар-взаимодействий	2	
Практическое занятие. 4. Неструктурированное интервью и его роль в изучении рекламы и паблик рилейшнз	2	
Практическое занятие. 5. Фокус-группа как метод научных исследований рекламы и PR	2	
Практическое занятие. 6. Опросные и неопросные количественные методы сбора эмпирической информации о социальных взаимодействиях в области рекламы и PR	2	
Практическое занятие. 7. Выборка социологического исследования: понятие и основные виды. Ошибки выборки.	2	
Практическое занятие. 8. . Математико-статистические методы обработки эмпирических данных о процессах в области рекламы и PR	2	
Практическое занятие. 9. Реклама и паблик рилейшнз как социальные системы	2	

Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР, реферата

Задания 1 и 2

Написать эссе и подготовить доклад. Примерные темы и указания выполнению предложенных работ найдете в приложенном вордовском документе или в Разделе "Задание".

Задание 3

Дать определения основным понятиям Вашей будущей бакалаврской работе. От 3 до 5 понятий, можно больше, в зависимости от того, сколько ритмовских баллов хотите получить. Краткое, ёмкое, ясное (прежде всего самому себе, а не Интернету, и четкое определение понятий в социологии и в других социально-гуманитарных науках называется дефиницией). Пример: работа – это не то, что каждый день производил Сизиф, вкатывая на гору большой и тяжелый камень, который к вечеру скатывался обратно, а то, что полезно обществу, и за что платят достойную, достаточную для ведения нормальной жизни, заработную плату. Или гонорар за эффектную и эффективную рекламную продукцию, прямо противоположную той, которая красуется на ул. Советской г. Йошкар-Олы: «Реклама – это причина увеличения ваших продаж».

Вдобавок к определениям трех-пяти понятий из лексикона сферы Вашей будущей профессиональной деятельности произвести операционализацию понятий, которым дадите определения, то есть разграничить, разделить эти понятия на элементы, части, которые можно «измерить» числом или процентом. Пример:

Операционализация понятий "личностно-деловые качества" и "мотивы предпринимательской активности":

Укажите, пожалуйста, не более 5 личностно-деловых качеств, отличающих типичного предпринимателя РМЭ?

- инициативность
- готовность к риску
- склонность к новизне и поисковой деятельности
- самостоятельность
- решительность
- целеустремленность
- информированность
- дисциплинированность
- состязательность
- реалистичность, трезвость мышления
- ответственность
- честность, порядочность
- другое

Каковы, по Вашему мнению, мотивы предпринимательской активности типичного предпринимателя РМЭ (отметьте, пожалуйста, не более 5 вариантов ответа)?

- интересы развития предпринимательства в РМЭ
- интересы развития предпринимательства в РМЭ и в Российской Федерации в целом

- прибыль ради накопительства
- прибыль для удовлетворения личных потребностей
- деловой успех
- профессиональный долг
- власть, связи, высокое социальное положение
- общественное признание, уважение окружающих
- поиск и реализация новых возможностей
- реализация личностного потенциала
- чувство собственного достоинства
- самоутверждение
- достойный уровень жизни
- материальная независимость от государства и общества
- благотворительность, меценатство
- другое

#### Задание 4

Найти в Интернете информацию об уровне оплаты труда социальных работников (для СР) и предпринимательском доходе / гонораре (для РКиСО) в России и за рубежом (3-5 стран). Чем свежее будет информация, тем выше будет оценка. Свежее, как известно, стоит дороже, а «брынза не бывает зеленого цвета».

Если хотите, чтобы оценка была более высокой, постройте диаграмму, гистограмму, график, если будете показывать динамику роста зарплаты и предпринимательского дохода. Если хотите, чтобы оценка достигла облаков, подготовьте Интернет-презентацию. Два студента – одна презентация, чтобы я мог видеть и восхищаться Вашими выдающимися достижениями в области освоения передовых Интернет-технологий.

Уровень зарплат и доходов должен быть сопоставлен с ценами на основные продукты питания в среднем (для среднего класса) маркетах и супермаркетах, как в России, так в выбранных Вами для сравнения странах. Хотите более высокую оценку, смотрите операционализацию понятия «потребительские возможности»: см. прикрепленный к письму документ, стр. 337-340.

#### Задание 5

Дайте краткую характеристику количественным и качественным методам прикладной социологии по образцу: Анкетный опрос – это...

Глубинное интервью представляет собой...

В каждом блоке методов должно присутствовать не менее четырех способов и приемов сбора, анализа и систематизации эмпирических исследовательских данных.

Выберите по одному количественному и качественному методу и подробно опишите эти методы под углом зрения возможности и перспективности их применения для сбора и обработки эмпирических данных по РК и СО.

## Задание 6

Дайте определение выборки прикладного социологического исследования, объясните значение понятий «выборочная совокупность», «генеральная совокупность», «репрезентативность выборки», «ошибка выборки», «систематические и статистические ошибки выборки».

Приведите одну из классификаций выборок. К примеру: выборки «вероятностные» и «невероятностные», объяснив значение терминов, при помощи которых выделенные типы выборок обозначаются.

Дайте краткую характеристику каждому типу выборок, по образцу:

- «простая случайная выборка» представляет собой... и может применяться в случаях ...;

- выборка под название «снежный ком» - это такой тип выборки, который... и целесообразен при таких-то и таких-то условиях...

Смоделируйте, к примеру, конкретную конфликтную ситуацию, которую Вы исследуете при помощи социологического метода, а именно анкетного опроса. Скажем, конфликт между производителями и потребителями рекламы каких-либо товаров и услуг или конфликт в рекламном агентстве между теми или иными его группами сотрудников. Вы специалисты, поэтому Вам лучше знать, какие конфликты чаще всего происходят в сфере рекламной деятельности, в практике отношений между рекламодателями и общественностью, в рамках рекламного агентства. Как обычные граждане воспринимают те ли иные виды, формы, способы, модели, продукты деятельности рекламных агентств? Характер и особенности восприятия пользователями Интернета тех или иных видов рекламной продукции, способов подачи, продвижения, ориентации на определенную группу потенциальных потребителей и т.п.

К примеру, как потребители услуг Интернет воспринимают информацию рекламного характера о пандемии, способах и формах профилактики, защиты от возможного заражения коронавирусом, степени объективности, сбалансированности, целесообразности, рациональности, разумности, наконец, такой информации.

После чего предложите оптимальный, на Ваш взгляд, тип выборки будущих участников опроса из числа потребителей выбранной Вами к исследованию рекламной продукции. Обоснуйте Ваш выбор: почему, в силу каких причин, обстоятельств и условий Вы считаете предложенную Вами выборку оптимальной.

Резюме. Ваша задача заключается в следующем.

1. Выбрать вид, способ, аспект, продукт и т.п. рекламной деятельности.
2. Указать и кратко охарактеризовать субъект этой деятельности - рекламное агентство, информационную службу, интернет-блог



и пр.

3. Определить и кратко описать объект рекламных воздействий – действительного или возможного потребителя, а именно: группу граждан, организаций и т.п.

4. Предложить и обосновать оптимальный, с Вашей точки зрения, тип выборки будущих участников Вашего опроса при помощи в форме группового аудиторного анкетирования, персонального интервьюирования или интернет-опроса.

Задания 7 и 8

7 задание будет таким. По составленной Вами анкете (10-15 вопросов) проведите анкетный интернет-опрос специалистов по рекламе и СО. Минимум 10 респондентов.

8-е задание, "на пятерочку" - составьте Бланк интервью, минимум 10 вопросов, и проведите интервью "живьем" или по Интернету. Интервью должно носить неформальный, неструктурированный, глубинный характер, то есть ответы не должны быть простыми и односложными ("да" - "нет"), а развернутыми, хотя бы в несколько фраз, замечаний, предложений.

9 задание

Заполнить анкету по коронавирусной пандемии

10 задание

Опросить по этой анкете 5 – 10 студентов

Критерии оценки:

1. Количественный – число выполненных заданий (...6 – «удовл.» и т.д.)

2. Качественный – содержание ответов.

Выполненные задания прислать по адресу: Lab5@ya.ru

Темы курсовых работ

1. Пилотажные, описательные и аналитические конкретно-социологические исследования РК и СО.

2. Оперативные, сравнительные и маркетинговые конкретно-социологические исследования РК и СО.

3. Панельные, трендовые и лонгитюдные конкретно-социологические исследования РК и СО

4. Программа прикладного социологического исследования учреждений, предприятий, процессов и проблем РК и СО.

5. Понятие, репрезентативность и ошибки выборки прикладного социологического исследования в сфере РК и СО.

6. Вероятностные и невероятностные способы проведения выборки в рамках прикладных социологических исследований РК и СО.

7. Анализ письменных, иконографических, фонетических и иных документов по проблемам функционирования и развития РК и СО.

8. Контент-анализ как метод прикладного социологического исследования процессов и проблем РК и СО.

9. Включенное и невключенное, структурированное и неструктурированное наблюдение в прикладных социологических исследованиях РК и СО.		
10. Неформализованное, полуформализованное и формализованное интервью в прикладных социологических исследованиях РК и СО.		
11. Эксперимент в прикладных социологических исследованиях РК и СО.		
12. Методика, процедура и техника проведения фокус-групп в рамках прикладных социологических исследований РК и СО.		
13. Анкетный опрос как метод прикладных социологических исследований процессов и проблем РК и СО.		
14. Анкета и бланк интервью как инструменты конкретно-социологических исследований РК и СО.		
15. Математико-статистическое измерение данных прикладных социологических исследований РК и СО.		
16. Кластерный, факторный и дискриминантный анализ эмпирических данных прикладных социологических исследований РК и СО.		
17. Социометрический метод в прикладных социологических исследованиях РК и СО.		
18. Понятие, виды и способы построения таблиц, диаграмм и гистограмм в прикладных социологических исследованиях РК и СО.		
19. Схемы, блок-схемы, графические изображения данных социологических исследований проблем функционирования и развития РК и СО.		
20. Математико-статистические модели предприятий, процессов и проблем РК и СО.		
21. Компьютерные модели учреждений, предприятий, процессов и проблем РК и СО.		
22. Системный подход в социологических исследованиях РК и СО.		
23. Структурно-функциональный анализ в социологических исследованиях РК и СО.		
24. Деятельностный подход в социологических исследованиях РК и СО.		
25. Сравнительный анализ в социологических исследованиях РК и СО.		
26. Кросскультурный анализ в социологических исследованиях РК и СО.		
27. Социосинергетический метод в социологических исследованиях РК и СО.		
28. Метод идеально-типического моделирования в социологических исследованиях РК и СО.		
29. Метод построения реалистических моделей в социологических исследованиях РК и СО.		
30. Метод конструирования прогностических моделей в социологических исследованиях РК и СО.	68	
Иная контактная работа: зачет, консультации, выполнение реферата	4	

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Основы научных исследований 2 часть</b>	<b>139</b>	УК-1
Лекция. 1. Кибернетико-синергетический подход к исследованию рекламы и паблик рилейшнз	2	
Лекция. 2. Деятельностный подход к анализу рекламы и паблик рилейшнз	4	
Лекция. 3. Модернистская парадигма как теоретико-методологическая основа исследования рекламы и паблик рилейшнз	4	
Лекция. 4. Методологические принципы теории предпринимательства, маркетинга и менеджмента в исследовании рекламы и PR	4	
Практическое занятие. 1. Понятие, исходные принципы, методный инструментарий структурного функционализма	2	
Практическое занятие. 2. Структурно-функциональный подход к рекламе и паблик рилейшнз	2	
Практическое занятие. 3. Кибернетика и синергетика как разновидности системного подхода к исследованию рекламы и паблик рилейшнз	2	
Практическое занятие. 4. Социологическая теория социального действия и ее применение к исследованию рекламы и паблик рилейшнз	2	
Практическое занятие. 5. Социально-психологическая концепция деятельности как методологическая основа анализа рекламы и паблик рилейшнз	2	
Практическое занятие. 6. Методологические аспекты экономической теории деятельности в изучении рекламы и паблик рилейшнз	2	
Практическое занятие. 7. Понятие и основные трактовки модернизации	2	
Практическое занятие. 8. «Догоняющая» модернизация или модернизация «второй волны»	2	
Практическое занятие. 9. Пост- и неомодернистские теории. Рефлексирующая модернизация	2	
Практическое занятие. 10. Менеджмент и маркетинг в рекламе и PR-деятельности	3	

<p>Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР, реферата</p> <p>Темы рефератов и контрольных работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. История, понятие и особенности ведения научных исследований в сфере рекламы и PR.</li> <li>2. «Дисциплинарный эклектизм», или полипарадигмальный подход к изучению рекламы и паблик рилейшнз.</li> <li>3. Теоретические и прикладные аспекты научных исследований рекламы и PR.</li> <li>4. Общая характеристика качественных методов анализа рекламы и PR.</li> <li>5. Неструктурированное наблюдение как метод изучения рекламы и пиар-взаимодействий.</li> <li>6. Неструктурированное интервью и его роль в изучении рекламы и паблик рилейшнз.</li> <li>7. Фокус-группа как метод научных исследований рекламы и PR .</li> <li>8. Общая характеристика количественных методов изучения рекламы и PR.</li> <li>9. Неопросные количественные методы научных исследований рекламы и паблик рилейшнз.</li> <li>10. Опросные количественные методы сбора эмпирической информации о социальных взаимодействиях в области рекламы и PR.</li> <li>11. Выборка в социологическом исследовании: основные параметры и виды.</li> <li>12. Математико-статистические методы обработки эмпирических данных о процессах в области рекламы и PR.</li> <li>13. Системный подход как методологическая основа исследования рекламы и пиар-взаимодействий.</li> <li>14. Теория систем в применении к исследованию рекламы и PR.</li> <li>15. Реклама и паблик рилейшнз как социальные системы.</li> <li>16. Понятие, истоки и принципы структурного функционализма.</li> <li>17. Парсоновская и мертоновская версии структурно-функционального анализа.</li> <li>18. Структурно-функциональный подход к рекламе и паблик рилейшнз.</li> <li>19. Кибернетика как разновидность системного подхода к исследованию социальных явлений.</li> <li>20. Синергетика как способ системного рассмотрения социальных объектов и процессов.</li> <li>21. Кибернетическое видение и синергетический анализ рекламы и паблик рилейшнз.</li> <li>22. Социологическая теория социального действия и ее применение к исследованию рекламы и паблик рилейшнз.</li> <li>23. Социально-психологическая концепция деятельности как методологическая основа анализа рекламы и паблик рилейшнз.</li> <li>24. Методологические аспекты экономической теории деятельности в изучении рекламы и паблик рилейшнз.</li> <li>25. Понятие и основные трактовки модернизации.</li> <li>26. Традиционное и современное общества</li> </ol>	
---	--

27. «Догоняющая» модернизация или модернизация «второй волны».		
28. Пост- и неомодернистские теории.		
29. Рефлексирующая модернизация.		
30. Исходные положения и базовые принципы теории предпринимательства, их роль и значение в исследовании бизнеса в сфере рекламы и PR.		
31. Маркетинговые исследования в сфере рекламы и PR.		
32. Менеджмент в рекламной и PR-деятельности.	104	
Иная контактная работа: дифференцированный зачет (БРК), консультации, выполнение реферата	5	

## Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины **Основы научных исследований** рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

**Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине **Основы научных исследований**, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом **практического** занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины **Основы научных исследований**.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины **Основы научных исследований**, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины **Основы научных исследований**, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Изучение дисциплины **Основы научных исследований** включает выполнение **контрольной работы и подготовку реферата**. Примерный объем реферата – 15 – 20 страниц машинописного текста, набранного через 1,5 интервала. Структура реферата типична: титульный лист, введение, основная часть, заключение, список использованной литературы. Во введении обосновывается актуальность темы, в основной части, которая дифференцируется на 2 – 3 пункта, раскрывается ее содержание, в заключении подводятся основные итоги проведенного исследования. В список литературы, составляемый в алфавитном порядке, включаются лишь те источники, которые действительно использовались, что подтверждается сносками на них в тексте или в конце страницы. Реферат не должен представлять собой простое конспектирование источника (-ов) и, тем более, механическое их переписывание (копирование). Отобранный для его написания материал необходимо структурировать и подвергнуть анализу с обязательным изложением собственной точки зрения по рассматриваемой проблеме. Источниковедческой базой для реферата может стать монография, ее раздел, 2 – 3 статьи по сходной проблематике из одного и того же или разных социологических журналов. В целом реферат должен

представлять собой самостоятельное, цельное, аналитическое исследование научной или практической проблемы с возможным предложением рекомендаций по ее решению. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине Основы научных исследований являются БРК и **зачёт**.

## Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющихся в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
<b>УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ</b>		
1.	Актуальные вопросы социальной теории и практики в современном обществе [Текст] : монография / [В. П. Шалаев и др.] ; под общ. ред. В. П. Шалаева; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО "Поволж. гос. технол. ун-т". Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. - 382 с. ISBN 978-5-8158-1454-7. Экземпляры: всего 10.	10 / <a href="https://portal.volgatech.net/books/Shalaev_aktualnie_voprosi_2014.pdf">https://portal.volgatech.net/books/Shalaev_aktualnie_voprosi_2014.pdf</a>
2.	Шалаев, Владимир Павлович. Актуальная синергетика [Текст] : человек и общество в эпоху глобальных трансформаций : монография / В. П. Шалаев; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО "Поволж. гос. технол. ун-т". Йошкар-Ола: ПГТУ, 2013. - 183 с. ISBN 978-5-8158-1079-2. Экземпляры: всего 7.	7
3.	Социология [Текст] : методика проведения социологических исследований : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / [авт.: И. Е. Тимерманис и др.]; под ред. И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой ; С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого. Москва: Юрайт, 2017. - 118 с. ISBN 978-5-534-01704-5. Экземпляры: всего 10.	10
4.	Зерчанинова, Татьяна Евгеньевна. Социология: методы прикладных исследований [Текст] : учебное пособие для вузов / Т. Е. Зерчанинова. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Юрайт, 2017. - 207 с. ISBN 978-5-534-00106-8. Экземпляры: всего 10.	10
5.	Кравченко, Сергей Александрович. Социология. Социальная диагностика жизни [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. А. Кравченко; МГИМО (университет). Москва: Юрайт, 2016. - 295, [1] с. ISBN 978-5-9916-6803-3. Экземпляры: всего 10.	10
6.	Нартов, Н. А. Социология [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Н. А. Нартов, О. А. Рыхлов, В. Н. Нартов. 6-е изд. Москва: Дашков и К, 2015. - 544 с. ISBN 978-5-394-02450-4.	<a href="http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70654">http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70654</a>
7.	Павленок, П. Д. Социология [Электронный ресурс] :	

	учебное пособие / П. Д. Павленок, Л. И. Савинов, Г. Т. Журавлев. 3-е изд. Москва: Дашков и К, 2016. - 736 с. ISBN 978-5-394-01971-5.	<a href="https://e.lanbook.com/book/93308">https://e.lanbook.com/book/93308</a>
<b>ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ</b>		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
2.	Наука как фактор формальной рационализации предпринимательства Текст научной статьи по специальности «Социологические науки» Тюленев Александр Иванович	<a href="https://cyberleninka.ru/article/n/nauka-kak-faktor-formalnoy-ratsionalizatsii-predprinimatelstva">https://cyberleninka.ru/article/n/nauka-kak-faktor-formalnoy-ratsionalizatsii-predprinimatelstva</a>
3.		<a href="http://">http://</a>
4.	Методологические принципы и методика прикладного социологического исследования Текст научной статьи по специальности «Право»	<a href="https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-printsipy-i-metodika-prikladnogo-sotsiologicheskogo-issledovaniya">https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-printsipy-i-metodika-prikladnogo-sotsiologicheskogo-issledovaniya</a>
5.	Оконечникова, Л.В. Психологические методы исследования рекламы [Текст] / Л.В. Оконечникова. - Екб.: Папирус, 2014. - 124 с.	<a href="https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28843/1/978-5-7996-1268-9_2014.pdf">https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28843/1/978-5-7996-1268-9_2014.pdf</a>

## 6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" СТ-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Справочная правовая система "Консультант Плюс", Агент Dr.Web, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

## Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

### 7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

### 7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

#### Тест 1

1. Математическая статистика опирается на теорию:

- вероятностей
- относительности



- множеств и антиномии
- доказательств

2. Совокупность эмпирических методов, используемых для визуализации и интерпретации данных, представляет собой:

- теорию оценивания
- описательную статистику
- теорию проверки

3. Заслуга в разработке статистического последовательного анализа принадлежит:

- Н.Винеру
- Й.К.Ф.Гауссу
- А.Вальду
- П.Л.Чебышеву

4. К функциям математической статистики **не относится**:

- изменение данных
- анализ данных
- упорядочение и систематизация данных
- наглядное представление данных в виде схем, таблиц, гистограмм и т.п.

5. \_\_\_\_\_ метод основывается на законе больших чисел...

- системный
- выборочный
- структурно-функциональный
- конкретно-исторический

6. Выборка **не производится** при помощи \_\_\_\_\_ отбора

- простого случайного
- стратифицированного
- закономерного
- комбинированного

7. Отклонение статистической структуры выборки от структуры соответствующей генеральной совокупности называется:

- ошибкой выборки
- изъяном выборки
- пороком выборки
- девиацией выборки

8. Приписывание числовых форм объектам или событиям в соответствии с определенными правилами называется:

- заблуждением
- измерением
- описанием
- дополнением

9. Понятие измерительной шкалы введено:

- Н.Винером
- А.Эйнштейном
- С.Стивенсом
- Л.Д.Ландау

10. Измерительная шкала **не бывает**:

- формальной
- порядковой
- интервальной
- шкалой равных отношений
- номинативной

11. Приведение понятия к измеряемому виду с превращением его в переменную называется:

- деноминацией
- операционализацией
- институционализацией
- сертификацией

12. Представление в наглядной форме данных социологических исследований называется:

- иллюстрацией
- перлюстрацией
- визуализацией
- виртуализацией

13. Распределение объектов по типам на основании схожести признаков называется:

- кластеризацией
- дифференциацией
- сегрегацией
- апробацией

14. Многомерный метод, применяемый для изучения взаимосвязей между значениями переменных, – это:

- дискриминантный анализ
- факторный анализ
- сравнительный анализ
- кластерный анализ

15. Математический метод, состоящий в замене одних объектов другими, в том или ином смысле близкими к исходным, но более простыми – это:

- коагуляция
- инволюция
- аппроксимация
- инсталляция

## Тест 2

1. Математическая статистика регистрацией, описанием и анализом данных наблюдений и экспериментов с целью построения:

- вероятностных моделей массовых случайных явлений
- когнитивных моделей эволюции общественных процессов
- концептуальных моделей человеческого поведения

- структурно-функциональных моделей социальных объектов

2. Назовите два вида теорий, которые обычно включают в математическую статистику:

- теория шкалирования
- теория оценивания
- теория проверки гипотез
- теория прогнозирования

3. Какие методы описательной статистики предполагают использование возможностей современных компьютеров?

- дискриминантный анализ
- факторный анализ
- кластерный анализ
- многомерное шкалирование

4. Принято считать, что метод главных компонент разработал:

- Карл Пирсон
- Рональд Фишер
- Френсис Гальтон
- Норберт Винер

5. В каком случае выборочная совокупность может совпадать с генеральной совокупностью? При проведении выборки:

- методом «снежного кома»
- сплошной
- квотной
- кластерной

6. Если генеральная совокупность представлена 5000 человек, из которых 2000 женщин и 3000 мужчин, тогда в квотной выборке размером в 1% от генеральной совокупности должны быть представлены:

- 30 мужчин и 20 женщин
- 300 мужчин и 200 женщин
- 20 женщин и 30 мужчин
- 300 женщин и 200 мужчин

7. Ранговая шкала, классифицирующая величины, объекты или процессы по признаку «больше – меньше», «быстрее – медленнее», называется шкалой:

- порядковой
- интервальной
- номинативной
- равных отношений

8. Номинативная шкала, состоящая из двух ячеек («свой – чужой», «иностранец – соотечественник», «левый – правый»), называется шкалой:

- альтернативной
- дихотомической
- амбивалентной
- диалектической

9. Приведение понятия (например, «активность») к измеряемому виду, превращение его в переменную называется:

- дискриминацией
- визуализацией
- операционализацией
- калькуляцией

10. Метод группировки. Группировка, позволяющая выявить взаимосвязи между изучаемыми явлениями и их признаками (группировка респондентов по величине дохода, уровню жизни и пр.), называется группировкой:

- аналитической
- простой
- структурной
- типологической

11. Какой вид группировки использовал Е.Онегин, формируя свой круг чтения? «Бранил Гомера, Феокрита / Зато читал Адама Смита...

- аналитический
- простой
- типологический
- структурный

12. Какой метод математической статистики использует врач, регистрируя различные переменные, касающиеся состояния больного (температура, частота пульса, состав крови, мочи и пр.), чтобы выяснить, какие из них лучше показывают, пациент выздоровел полностью, частично или совсем не выздоровел?

- факторный анализ
- кластерный анализ
- дискриминантный анализ
- компаративный анализ

13. Гроздь винограда ассоциируется у Вас с таким методом математической статистики, как:

- кластерный анализ
- факторный анализ
- дискриминантный анализ
- компаративный анализ

14. Факторный анализ нацелен на:

- выявление механизма влияния одного события на другое (1 мировая война и ВОСР)
- измерение степени влияния различных явлений на исследуемый процесс
- определение комплекса обстоятельств, влияющих на исследуемое явление
- разработку метода изучения исследуемого объекта

15. Назовите два фундаментальные (основные) требования, которые предъявляются к данным, подвергаемым факторному анализу?

- разнородность
- фрагментарность
- однородность
- полнота

16 (задание). Сконструируйте структурно-функциональную, причинно-следственную и математическую модель (бюджет, стоимость основных средств существования) современной российской семьи.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов для зачета:

1. История, понятие и особенности ведения научных исследований в сфере

рекламы и PR.

2. «Дисциплинарный эклектизм», или полипарадигмальный подход к изучению рекламы и паблик рилейшнз.
3. Теоретические и прикладные аспекты научных исследований рекламы и PR.
4. Общая характеристика качественных методов анализа рекламы и PR.
5. Неструктурированное наблюдение как метод изучения рекламы и пиар-взаимодействий.
6. Неструктурированное интервью и его роль в изучении рекламы и паблик рилейшнз.
7. Фокус-группа как метод научных исследований рекламы и PR .
8. Общая характеристика количественных методов изучения рекламы и PR.
9. Неопросные количественные методы научных исследований рекламы и паблик рилейшнз.
10. Опросные количественные методы сбора эмпирической информации о социальных взаимодействиях в области рекламы и PR.
11. Выборка в социологическом исследовании: основные параметры и виды.
12. Математико-статистические методы обработки эмпирических данных о процессах в области рекламы и PR.
13. Системный подход как методологическая основа исследования рекламы и пиар-взаимодействий.
14. Теория систем в применении к исследованию рекламы и PR.
15. Реклама и паблик рилейшнз как социальные системы.
16. Понятие, истоки и принципы структурного функционализма.

#### Перечень вопросов для БРК:

17. Парсоновская и мертоновская версии структурно-функционального анализа.
18. Структурно-функциональный подход к рекламе и паблик рилейшнз.
19. Кибернетика как разновидность системного подхода к исследованию социальных явлений.
20. Синергетика как способ системного рассмотрения социальных объектов и процессов.

21. Кибернетическое видение и синергетический анализ рекламы и паблик рилейшнз.
22. Социологическая теория социального действия и ее применение к исследованию рекламы и паблик рилейшнз.
23. Социально-психологическая концепция деятельности как методологическая основа анализа рекламы и паблик рилейшнз.
24. Методологические аспекты экономической теории деятельности в изучении рекламы и паблик рилейшнз.
25. Понятие и основные трактовки модернизации.
26. Традиционное и современное общества.
27. «Догоняющая» модернизация или модернизация «второй волны».
28. Пост- и неомодернистские теории.
29. Рефлексирующая модернизация.
30. Исходные положения и базовые принципы теории предпринимательства, их роль и значение в исследовании бизнеса в сфере рекламы и PR.
31. Маркетинговые исследования в сфере рекламы и PR.
32. Менеджмент в рекламной и PR-деятельности.