

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы научных медиаисследований»

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП



Программа учебной дисциплины «Основы научных медиаисследований» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

к.фил.н., доцент

М.Н. Михальченко

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.

И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Основы научных исследований» относится к циклу базовой части профессионального блока и состоит из двух модулей. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими и сопутствующими дисциплинами – «Деловая документация», «Этика рекламы и связей с общественностью», «Медиаправо», «Этика рекламы и связей с общественностью», «Русский язык и культура речи», «Философия».

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	2	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Базовая часть ПБ	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)		
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)		
Год подготовки	4	4
Семестр	7	7
Количество часов	108	108
- лекционных	36	6
- практических, семинарских	18	4
- лабораторных		
- самостоятельной работы	54	98
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов,	7	
в т.ч. аудиторных	3	

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи

Целями освоения дисциплины «Основы научных медиаисследований» являются формирование научных знаний и практических умений и навыков, проведения количественных и качественных медиаисследований для эффективной социально-экономической деятельности в сфере рекламы.

Дисциплина направлена на базовую профессиональную подготовку студентов, она способствует развитию таких личностных качеств, как социальная ответственность и воображение, планирование и прогнозирование своей личностной и общественной деятельности. Прививает навыки исследования проблем социально-экономического взаимодействия человека, поиск ресурсов для их преодоления, опыт установления конструктивного социального партнёрства с разными институтами общества.

Задачи курса:

- формирование у студентов целостного представления о том, что такое методология и методика медиаисследования как отрасль научного знания и практической деятельности,
- теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования средств массовой информации;
- глубокое и всестороннее изучение методологии научных исследований в области гуманитарных наук, ее сопряженности с современными отраслями междисциплинарных исследований, открывающих общие и частные закономерности функционирования средств массовой коммуникации и массовой информации;
- понимание специфики научного подхода к изучению различных сфер деятельности средств массовой коммуникации и массовой информации, выбора методики исследования функций, предмета, методов формирования содержания массовых информационных потоков;
- закрепление представлений о легитимности и корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины «Основы научных медиаисследований» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

а) общекультурных (ОК):

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

б) общепрофессиональных (ОПК):

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

в) профессиональных (ПК) :

организационно-управленческая деятельность:

владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

проектная деятельность:

способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

владение компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

способность организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

владение навыками медиамониторинга, написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные тенденции развития современного научного знания в области социальных и гуманитарных наук; реалии информационного общества и научных парадигм его анализа; особенности и принципы организации фундаментально-теоретических и прикладных медиаисследований;

- специфику междисциплинарных подходов к исследованию институциональных, функциональных характеристик различных типов средств массовой информации, выразительных средств, используемых СМИ в процессе внедрения цифровых и иных информационных технологий.

уметь:

- грамотно анализировать и интерпретировать полученную информацию;
- использовать знания исследовательского характера в профессиональной деятельности; осуществлять поиск информации, необходимой для научной деятельности;
- корректно работать с информацией, ориентироваться в мире научной и профессиональной информации, представленной на разных носителях - от ресурсов библиотек до научных порталов в компьютерных сетях;

владеть:

- навыками составления аналитических записок.
- навыками организации научного поиска информации и использованием различных медийных средства и новейших технологий.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<i>Содержательный модуль 1</i>	
<i>Тема 1. Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности</i>	Цели, предмет, метод и задачи, обзор тем курса. Наука. Основные признаки и понятия науки. Сущность научных исследований и основные формы научных исследований. Специфика научной коммуникации. Сущность и назначение функционирования научных школ.
<i>Тема 2. Развитие научных исследований в России и за рубежом</i>	Зарождение и развитие науки. Методические основы определения уровня науки в различных странах мира. Организация науки в Российской Федерации и ДНР.
<i>Тема 3. Наука как система знаний</i>	Науковедение как система знаний. Классификация наук. Основные черты работника науки.
<i>Тема 4. Методология и методика научного исследования</i>	Сущность методологии исследования. Принципы и проблема исследования. Разработка гипотезы и концепции исследования. Процессуально-методологические схемы исследования.
<i>Содержательный модуль 2</i>	

Содержательный модуль 1												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальн		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальн
<i>Тема 1. Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности</i>	12	4	2		6		12	1			11	
<i>Тема 2. Развитие научных исследований в России и за рубежом</i>	13	4	2		7		13	1			12	
<i>Тема 3. Наука как система знаний</i>	13	4	2		7		13	1			12	
<i>Тема 4. Методология и методика научного исследования</i>	16	6	3		7		16		2		14	
<i>Итого по содержательному модулю 1</i>	54	18	9		27		54	3	2		49	
Содержательный модуль 2												
Названия содержательных	Количество часов											

модулей и тем	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В Т.Ч.					всего	В Т.Ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
<i>Тема 5. Методы научных исследований</i>	15	6	2		7		15		2		13	
<i>Тема 6. Методика оформления результатов исследований</i>	14	4	3		7		14	1			13	
<i>Тема 7. Основы научной этики</i>	13	4	2		7		13	1			12	
<i>Тема 8. Подготовка научных кадров высшей квалификации</i>	12	4	2		6		12	1			11	
Итого по содержательному модулю 2	54	18	9		27		54	3	2		49	
Всего по дисциплине	108	36	18		54		108	6	4		98	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	<i>Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности</i>	4
2	<i>Развитие научных исследований в России и за рубежом</i>	4
3	<i>Наука как система знаний</i>	4
4	<i>Методология и методика научного исследования</i>	6
5	<i>Методы научных исследований</i>	6
6	<i>Методика оформления результатов исследований</i>	4
7	<i>Основы научной этики</i>	4
8	<i>Подготовка научных кадров высшей квалификации</i>	4
	ВСЕГО	36

Темы практических занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
----------	---------------	------------------

1	<i>Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности</i>	2
2	<i>Развитие научных исследований в России и за рубежом</i>	2
3	<i>Наука как система знаний</i>	2
4	<i>Методология и методика научного исследования</i>	3
5	<i>Методы научных исследований</i>	3
6	<i>Методика оформления результатов исследований</i>	3
7	<i>Основы научной этики</i>	3
8	<i>Подготовка научных кадров высшей квалификации</i>	3
	ВСЕГО	18

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

(соответственно данным в таблице тематического плана)

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	<i>Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности</i>	7
2	<i>Развитие научных исследований в России и за рубежом</i>	6
3	<i>Наука как система знаний</i>	6
4	<i>Методология и методика научного исследования</i>	6
5	<i>Методы научных исследований</i>	6
6	<i>Методика оформления результатов исследований</i>	6
7	<i>Основы научной этики</i>	6
8	<i>Подготовка научных кадров высшей квалификации</i>	7
	ВСЕГО	54

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Индивидуальная работа

НАЗВАНИЕ

Цель: формирование навыков творческого профессионального мышления путем овладения научными методами познания и исследования, обеспечение единства образовательного процесса и профессиональной деятельности, участие в научных исследованиях и научном творчестве.

Задания:

Исследовательская задача 1. Провести рамочное научное исследование, включающее контент-анализ медиатекстов по теме магистерской диссертации и оформить его как презентацию, включающую: решение четырех основных задач: разработка программы исследования; разработка кодификатора контент-анализа; создание регистрационной карточки; анализ и обобщение результатов.

Презентация (слайды) должна включать:

1. Программу исследования (анализа медиатекстов) – 11 слайдов, в которые должны быть включены: формулировка проблемы; объект и предмет; цель и основные задачи исследования; гипотеза исследования; описание выборки; системный анализ объекта исследования; кодификатор; описание единиц анализа, единиц счета; образец

регистрационной карточки; методические документы по работе с текстом (если необходимо); программа обработки и анализа полученных данных.

2. Основной рабочий инструмент исследования – кодификатор контент-анализа – 2 слайда (в форме таблицы, что удобнее всего), содержащий: категории анализа (не менее 5); признаки анализа (по каждой категории); единицы анализа.

3. Регистрационную карточку (3 слайда), включающую: метаданные: тему исследования, издание/СМИ, номера/выпуски, дата выхода, название материала, объем материала, имя кодировщика, если работает несколько кодировщиков; категории анализа; признаки анализа; результаты.

4. Таблицы с данными/результатами исследования медиатекстов по признакам анализа и цели исследования – 2 слайда.

5. Резюме – выводы, сделанные по результатам исследования – 1 слайд.

Исследовательская задача 2. Студент обосновывает выбор темы собственного научного исследования и раскрывает ее актуальность.

Исследовательская задача 3. Студент составляет мини-каталог научной литературы по теме исследования.

Исследовательская задача 4. Студент разрабатывает методологические основы изучения темы научного исследования. Итогом должен стать методологический доклад с обоснованием выбора методов и методик структурирования научного знания по теме научного исследования студента.

Исследовательская задача 5. Студенты проводят интернет-конференцию по освещению основных традиционных концепций рекламы и PR. Итогом должен стать научный доклад по одной из теорий, подготовленный в письменном виде и озвученный в ходе интернет-конференции.

Исследовательская задача 6. Студенты выбирают/составляют мини-словарики терминологического аппарата для научного исследования, ориентируясь на составленные критерии отбора терминов, семантику терминов, субъективность смыслов и объективность значений.

Исследовательская задача 7. Студенты составляют подробное описание выбранной эмпирической базы научного исследования, ориентируясь на следующие критерии: выборка и ее характер, подход к изучению, специфика изучения, метод изучения, общие методологические основы изучения, критерии изучения.

Исследовательская задача 8. Студенты разрабатывают научные проекты, в основу которых положена основная научная проблематика, над которой они работают в процессе обучения. С учетом специфики изучения рекламных текстов в проект включаются основные этапы изучения рекламы. Проект оформляется в двух видах: в форме текста и в форме презентации. Проект презентуется на одном из практических занятий.

Исследовательская задача 9. Используя «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук», утвержденный Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики, а также перечень, утвержденный Министерством образования и науки Российской Федерации, студент составляет список научных изданий, в которых могут быть опубликованы результаты научных исследований в рамках научной специальности.

Исследовательская задача 10. Студент исследует факты нарушения научной этики в рекламе и связях с общественностью, анализирует особенности, прогнозирует развитие ситуации, выделяет факторы, влияющие на соблюдение этических норм в науке.

8. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

(образец варианта и критерии оценивания)

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр **7**

Учебная дисциплина **Основы научных медиаисследований**

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ВАРИАНТ №1

1. Поясните термины: *научное познание, научная проблема, научный результат, научная школа, научная теория, предмет исследования, задачи исследования, анализ, дедукция, аналогия.*

2. Научная коммуникация и ее специфика.

3. Основные подходы к исследованию.

4. Основные требования к гипотезе.

5. Тест.

1. Научное исследование начинается

А) с выбора темы

Б) с литературного обзора

В) с определения методов исследования

2. Выбор темы исследования определяется

А) актуальностью

Б) отражением темы в литературе

В) интересами исследователя

3. Задачи представляют собой этапы работы

А) по достижению поставленной цели

Б) дополняющие цель

В) для дальнейших изысканий

4. Какие из предложенных методов относятся к теоретическим

А) анализ и синтез

Б) абстрагирование и конкретизация

В) наблюдение

5. Выводы содержат

А) только конечные результаты без доказательств

Б) результаты с обоснованием и аргументацией

В) кратко повторяют весь ход работы

6. Науки об общих законах развития природы, общества и мышления называются...

А) общественные науки

Б) философские науки

В) технические науки

Г) естественные науки

7. При выборе темы исследования имеют значение критерии:

А) практическая значимость и перспективность

Б) наличие гипотезы

В) правовое обеспечение

8. К общетеоретическим методам и приемам познания НЕ относится:

А) анализ

- Б) синтез
В) эксперимент

9. В какой период времени наука возникла как форма общественного сознания?

- А) в период античности
Б) со второй половины XX века
В) с середины XIX в.

10. Метод научного познания, основанный на изучении каких-либо объектов посредством их моделей:

- А) моделирование
Б) аналогия
В) эксперимент

Утверждено на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

И.М. Артамонова

М.Н. Михальченко

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	5
2	2,5
3	2,5
4	2,5
5	2,5
Всего	15

9. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

(теоретические вопросы к экзамену, образец билета и критерии оценивания)

Теоретические вопросы к экзамену

- Предмет и задачи учебной дисциплины «Методология и методы научных исследований».
- Наука. Основные признаки и понятия науки.
- Сущность научных исследований и основные формы научных исследований.
- Специфика научной коммуникации.
- Сущность и назначение функционирования научных школ.
- Зарождение и развитие науки.
- Методические основы определения уровня науки в различных странах мира.
- Организация науки в Российской Федерации.
- Организация науки в Донецкой Народной Республике.
- Науковедение как система знаний.
- Классификация наук.
- Работники науки.
- Методология научного исследования.
- Принципы научного исследования.
- Научная проблема и ее особенности.

16. Объект и предмет научного исследования в связях с общественностью.
17. Гипотеза и концепция исследования.
18. Процессуально-методологические схемы исследования.
19. История развития научного познания.
20. Общая классификация методов научных исследований.
21. Методы эмпирического познания.
22. Методы теоретического познания.
23. Основные методы и подходы научных исследований в сфере социальных коммуникаций.
24. Контент-анализ в исследованиях рекламы.
25. Научные результаты и их обнародование.
26. Схема создания научной публикации.
27. Специфика научного стиля русского литературного языка.
28. Жанры научного стиля: реферат, доклад.
29. Жанры научного стиля: статья, тезисы.
30. Жанры научного стиля: первичные и вторичные тексты.
31. Жанры научного стиля: аннотация, рецензия, отзыв.
32. Оформление выводов в научной работе.
33. Особенности работы с источниками научной информации.
34. Составление и оформление списка использованных источников.
35. Основные принципы этики научного сообщества.
36. Научная этика: общая характеристика, актуальные проблемы.
37. Нарушения научной этики: особенности, ответственность ученого, последствия.
38. Нормы научной этики при подготовке публикаций.
39. Проблема плагиата в науке.
40. Подготовка и повышение квалификации научно-педагогических и научных кадров.
41. Аспирантура.
42. Докторантура.
43. Основные требования к диссертациям и авторефератам диссертаций.

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль:

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр **7**

Учебная дисциплина **Основы научных медиаисследований**

БИЛЕТ №1

1. Предмет и задачи учебной дисциплины «Методология и методы научных исследований».
2. Классификация наук.
3. Расскажите о ненавязчивых методах исследования, применяемых в сфере рекламы и связей с общественностью.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от «____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Экзаменатор

_____ И.М. Артамонова
_____ М.Н. Михальченко

Критерии оценивания экзамена

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	15
2	15
3	10
Всего	40 баллов

10. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

1. Методология исследования туристской деятельности позволяет:

1. обосновать научный подход к изучению и решению теоретических и практических вопросов рекламы
2. определить теоретико-методологическую основу изучаемой проблемы
3. сформулировать гипотезу исследования
4. создать научный инструментарий исследования проблемы

2. Первым этапом научного исследования является:

1. определение цели и задач исследования
2. определение степени изученности проблемы
3. постановка проблемы
4. формирование эмпирической базы исследования

3. Объект исследования в сфере рекламы - это:

1. сущность и теоретические основы процессов в массовой коммуникации
2. система взаимоотношений в сфере медиа
3. анализ рекламной деятельности
4. социально-экономические процессы в рекламной деятельности

4. Предмет исследования в рекламе - это:

1. анализ процессов и взаимосвязей рекламной деятельности
2. теоретико-методологические основы рекламной деятельности
3. определение сущности и понятий исследуемого объекта
4. субъекты рекламной деятельности

5. Оптимальное число задач исследования проблемы

1. От 2 до 4
2. От 3 до 8
3. От 3 до 10
4. От 3 до 5

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

По курсу предполагается проведение промежуточной аттестации в виде модульного контроля, выполнения индивидуальной работы и экзамена. Экзамен сдают студенты с целью повышения рейтинга.

***Распределение баллов, которые могут получить студенты
в процессе изучения дисциплины***

Организационно-учебная работа студента	СРС			Всего
	Индивидуальная работа	Модульный контроль	Индивидуальная творческая работа	
Мах 55 баллов	мах 15 баллов	мах 15 баллов	мах 15 баллов	100 баллов
			разработка доклада на студенческую научную конференцию	

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной мультимедийной техникой и доской.

Оборудование:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- наглядные и электронные пособия;
- методические разработки лекций и практических занятий;
- мультимедийный проектор мобильный;
- мультимедийная активная акустическая стереосистема (акустические колонки);
- ноутбук;
- рабочая доска;
- экран.

13. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
Основная литература			

1.	Авдониная Л.Н. Письменные работы научного стиля: Учебное пособие/Авдониная Л. Н., Гусева Т. В. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 72 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование) (Обложка) ISBN 978-5-91134-670-6 // Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=563093	-	+
2.	Аги, У.Самое главное в PR [Текст] / У. Аги, Ф.О. Кэмерон, Д. Уил- кокс. – СПб.: «Питер», 2004. – 560 с.	8	-
3.	Ачкасова, В.А. Метод ситуационного анализа в PR: проблемы разра- ботки технологии [Текст] // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 4: Сб.	1	-
4.	Исследования СМИ: методология, подходы, методы : учебно-методическое пособие. Материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – М. : Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2011. – 236 с.	-	-
5.	Клягин, С.В. Игра в «классики»: методология PR-коммуникации и динамика научных парадигм [Текст]: сборник научных трудов // С.В. Кля- гин, Е.Н. Осипова. – Сборник научных трудов «Актуальные проблемы тео- рии коммуникации». – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004. – с. 20-34.	4	-
6.	Кондратьев, Э.В. Связи с общественностью [Текст]: учебное пособие для высшей школы / Э.В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов, С.Д. Резник. – М.: Академический Проект, 2003. – 432 с.	8	-
7.	Космин В.В. Основы научных исследований (Общий курс): Уч.пос./Космин В. В., 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 227 с.: 60x90 1/16. - (ВО: Магистратура) (Переплёт) ISBN 978-5-369-01464-6, 300 экз. // Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518301	-	+
8.	Коханов, Е.Ф. Теоретические и методологические основы PR- деятельности (Социологический аспект) [Текст] / Е.Ф. Коханов. – М.: РИП-холдинг, 2004. –202 с.	4	-
9.	Кривоносов, А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций [Текст]: научное издание / А.Д. Кривоносов. – Изд. 2-е, доп. – СПб.: Пе- тербургское Востоковедение, 2002. – 288с.		
10.	Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник для студентов [Текст] / В.Ф. Кузнецов. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 301 с.		
11.	Лудченко, А. А. Основы научных исследований : Учеб. пособие для студентов вузов / А.А. Лудченко, Я.А. Лудченко, Т.А. Примак ; Под ред. А.А. Лудченко. - К. : Знания, 2000. - 113 с.	3	-

12.	Лукашевич, В. К. Философия и методология науки : учеб. пособие / В. К. Лукшевич. - Минск : Соврем. школа, 2006. - 319 с.	1	-
13.	Методология и методы исследования в связях с обществен- ностью [Текст] : учебное пособие / Г. И. Герасимова ; под ред. П. С. Медведева. – Тюмень : ТюмГНГУ, 2009. – 104 с.	16	-
14.	Методы и средства научных исследований: учеб. пособие / Ю. Н. Колмогоров [и др.]. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 152 с.	-	-
15.	Рузавин, Г. И. Методология научного познания : учеб. пособие для студентов и аспирантов вузов / Г. И. Рузавин. - М. : Юнити, 2005. - 287 с.	3	-
16.	Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 252 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз.// Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706	-	+
17.	Шкляр, М. Ф. Основы научных исследований : учеб. пособие / М. Ф. Шкляр. - 3-е изд. - Москва : Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2010. - 243 с.	32	-
Дополнительная литература			
18.	Авдони́на Л.Н. Письменные работы научного стиля: Учебное пособие/Авдони́на Л. Н., Гусева Т. В. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 72 с.: 60х88 1/16. - (Высшее образование) (Обложка) ISBN 978-5-91134-670-6 // Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=563093		
19.	Арнольд, И. В. Основы научных исследований в лингвистике : учебное пособие / И. В. Арнольд. - Москва : Флинта : Наука, 2018. - 174, [1] с.	1	-
20.	Берков, В. Ф. Философия и методология науки : Учеб. пособие / В. Ф. Берков. - М. : Новое знание, 2004. – 335 с.	3	-
21.	Векслер, А. Ф. PR для российского бизнеса [Текст] / А.Векслер.-М.: Вершина, 2006. – 232 с.	44	-
22.	Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации [Текст]: учебное пособие / Д.П. Гавра. – Ч.1. – СПб.: Роза мира, 2005. – 173 с.	-	+
23.	Галумов, Э. А. Основы PR [Текст] / Э.А. Галумов. – Изд-во: «Лето- пись XXI», 2004. – 408 с.	3	-
24.	Емельянов, С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс [Текст] / С.М. Емельянов. – СПб.: Питер, 2005. – 240 с.	-	+
25.	Загвязинский, В.И. Методология и методы психолого- педагогического исследования [Текст]: учебное пособие / В.И. Загвязин- ский, Р. Атаханов. – М.: Изд. центр «Академия», 2001. – 208 с.		

26.	Калиберда, Е.Г. Связи с общественностью: вводный курс [Текст]: учебное пособие. – М.: Логос, 2003. – 120 с.		
27.	Кодола, Н. В. Интервью : Методика обучения. Практические советы / Н. В. Кодола. - М. : Аспект-Пресс, 2008. - 174 с.	5	-
28.	Кривоносов, А.Д. Российская наука о связях с общественностью: парадигмы развития [Текст]: сборник статей // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 4: Сб. статей / Отв. ред. А.Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2006. – с. 113-124.		
29.	Петров, М. К. Философские проблемы "науки о науке" ; Предмет социологии науки / М. К. Петров. - М. : Росспэн, 2006. – 623 с.	1	-
30.	Ушаков, Е. В. Введение в философию и методологию науки : Учебник / Е. В. Ушаков. - М. : Экзамен, 2005. - 528 с.	2	-
31.	Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика [Текст] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М., «Дело», 2003. – 496 с.		
32.	Шумилина, Т. В. Методы сбора информации в журналистике : учеб.-метод. пособие / Т. В. Шумилина ; Науч.-метод. каб. по заоч. и веч. обучению МГУ им. М. В. Ломоносова. - Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1983. - 80 с	3	-
33.	Яковлев, И.П. Стратегические коммуникации: учебное пособие / И.П. Яковлев. – СПб., 2006. – 184 с		

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

<http://mondnr.ru/> – Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
<http://resobrnadzor.ru/> – Республиканская служба по контролю и надзору в сфере образования и науки

<http://vak.mondnr.ru/> - Высшая аттестационная комиссия Донецкой Народной Республики

а) Международные PR-организации:

1. Weber Shandwick Worldwide <http://www.webershandwick.com>
2. Brodeur Worldwide <http://www.brodeur.com>
3. Burson-Marsteller <http://www.bm.com>
4. Fleishman-Hillard <http://www.fleishman.com>
5. Cohn & Wolfe <http://www.cohnwolfe.com/>
6. Golin/Harris International <http://www.golinharris.com>
7. Hill & Knowlton <http://www.hillandknowlton.com>
8. Lois Paul & Partners <http://www.loispaul.com>
9. Ogilvy Public Relations Worldwide <http://www.ogilvypr.com>
10. Porter Novelli International <http://www.porternovelli.com/>
11. LIVE pr <http://www.livepr.net>
12. International Public Relations Association (IPRA) <http://www.ipra.org>

13. International Association of Business Communicators (IABC) <http://www.iabc.com>
14. Institute of Public Relations (IPR) <http://www.cipr.co.uk/>
15. Council of Public Relations Firms <http://www.prfirms.org>
16. The Public Relations Society of America (PRSA) <http://www.prsa.org>

Российские Интернет-сайты по PR и маркетинговым коммуникациям

1. <http://raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)
2. <http://rasso.ru/> - Российская ассоциация студентов по связям с общественностью (РАССО)
3. www.akos-icco.ru - Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью. Российское подразделение Международной ассоциации консультантов в области связей с общественностью (ICCO).
4. <http://akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
5. www.ram.ru - Российская Ассоциация Маркетинга.
6. www.cfin.ru «Корпоративный менеджмент» – независимый проект, направленный на сбор и предоставление методической и аналитической информации, относящейся к управлению компаниями, инвестициям, финансам и маркетингу.
7. www.mediaatlas.ru Цель данного проекта - представить в едином информационном пространстве периодические издания России потенциальному рекламодателю.
8. www.sovetnik.ru «Советник» – ежемесячный профессиональный журнал о связях с общественностью и рынке PR.
9. www.marketing.spb.ru – Интернет-проект "Энциклопедия маркетинга".
10. www.crystalorange.ru Сайт Всероссийского конкурса студенческих работ в области развития связей с общественностью.
11. www.advertology.ru, www.sostav.ru, www.adme.ru, www.4p.ru - информационные ресурсы о рекламе и маркетинге.
12. www.advi.ru Российский журнал о брендинге и креативе "Рекламные идеи".
13. <http://pr-files.ru/>, <http://pr-info.ru/>, <http://pr-life.ru/> - информационные порталы о событиях в сфере PR
14. www.smartpr.ru Площадка для организации эффективной коммуникации PR-менеджеров и представителей СМИ.
15. <http://blogpr.ru/> - профессиональный блог о PR, рекламе и маркетинге
16. <http://www.businesspr.ru/> - блог о PR в сфере бизнеса
17. <http://lobbizm.ru/>, <http://lobbying.ru/>, <http://lobbying.aic.ru/> - Интернет- ресурсы по теме лоббирования / GR

15. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова