

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича»

Кафедра Социально-политических наук

ДИСЦИПЛИНА

Основы научных исследований в профессиональной сфере

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очное
Составитель:	д.ф.н., проф. Корнев В.В.

Рассмотрено и одобрено на заседании кафедры СПН
(протокол № _____ от _____)

Зав. кафедрой _____ (Чернов С.А.)

Содержание:

1. Введение
2. Список литературы
3. Интернет-ресурсы
4. Темы практических занятий
5. Указания по самостоятельной работе при подготовке к практическим занятиям

1. Введение

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов при подготовке к практическим занятиям по дисциплине «Основы научных исследований в профессиональной сфере» составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», 42.04.01 (уровень магистратуры), и в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование таких компетенций, как:

- владение культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1)
- способность проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11).

Для выполнения задания необходимо изучить рекомендованную или самостоятельно подобранную к теме литературу и интернет-ресурсы. Затем осмыслить и извлечь из нее фактический и оценочный материал, распределить по пунктам принятого плана и представить в виде презентации.

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- базовые теории и концепции научных исследований;
- этапы и классификацию научно-исследовательской деятельности;
- принципы теоретических исследований;
- теории планирования прикладных исследований.

Уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат, основные принципы научных исследований в профессиональной деятельности;
- дифференцировать научные исследования, определять объект и предмет, задачи научного исследования.
- применять на практике различные виды эмпирических исследований, создавать проекты и программы исследований;
- применять различные методы сбора первичной и вторичной информации;
- анализировать полученную информацию, составлять аналитические отчёты на основе результатов анализа коммуникационной среды.

- формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью, организации и повышению её позиции в обществе и конкурентной среде.

Владеть:

- понятийным аппаратом современной науки;
- методами научного анализа явлений и процессов;
- навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии.

Оценка выполненного задания строится на основе учета:

- понимания изученной темы;
- полноты ее раскрытия;
- знания научной литературы;
- ясного, логичного и аргументированного изложения.

2. Список литературы

а) основная литература

1. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Коротков А. В. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 304 с. - ISBN 5-238-00810-4 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

2. Шутов, А. И. Основы научных исследований [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шутов А. И. - Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2013. - 101 с. - Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks

2. Рузавин Г. И. Методология научного познания [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / Рузавин Г. И. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 287 с.

б) дополнительная литература:

1. Связи с общественностью как социальная инженерия [Текст] : учебное пособие / В. А. Ачкасова [и др.] ; ред.: В. А. Ачкасова, Л. В. Володина ; рец.: А. П. Баранников, С. А. Лосев - СПб. : Речь, 2005. - 336 с.

2. Батяев, А. А. Комментарий к Федеральному закону от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» [Электронный ресурс] / Батяев А. А. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. - 314 с. - Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

3. Новиков А. М. Методология научного исследования [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Новиков А. М. -Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. - 280 с.

Интернет-ресурсы

PR в России: всероссийский научно-популярный журнал: <http://rupr.ru/>

Библиотека Алеевой: журналистика, реклама, PR <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm>

PR-технологии, теория маркетинга и услуг: <http://marketingist.ru>

4. Темы практических занятий

Тема 1. Наука, как область профессиональной человеческой деятельности.

Тема 2. Сущность научного познания. Понятие метода исследования и научного метода.

Тема 3. Частные и специальные методы научного исследования.

Тема 4. Методология исследования в связях с общественностью

Тема 5. Социально-философские методы в PR и рекламе.

5. Указания по самостоятельной работе при подготовке к практическим занятиям

Тема 1. Наука, как область профессиональной человеческой деятельности.

План

1. Статус и функции науки в современном обществе
2. Принципы научной деятельности. Критерии профессионализма в науке.

Отвечая на первый вопрос, обратите внимание на различные определения понятия «наука». Какова роль и функции науки и научных институтов в современном обществе? Различите науку как социальный институт, как результат и как процесс. Составьте опорный конспект.¹

В чем состоят основные принципы научной деятельности на современном этапе? Как изменились представления о смысле и характере научной деятельности в XX и XXI вв.? Составьте опорный конспект.

Тема 2. Сущность научного познания. Понятие метода исследования и научного метода.

План

1. Научное, донаучное и вненаучное знание.
2. Научный метод, как главное средство рационального познания.

Какова роль и функции вненаучных и ненаучных методов познания? Почему наука полностью не сменяет донаучные формы знания? Составьте опорный конспект.²

¹ Опорный конспект – развернутый детализированный план. Основу составления опорного конспекта составляет анализ самостоятельно найденных данных по вопросу занятия. Опорный конспект включает только основные положения рассматриваемого сюжета, иллюстрации, схемы, таблицы, показывающие логические взаимосвязи выделенных задач.

² Опорный конспект – развернутый детализированный план. Основу составления

В чем состоят ключевые отличия методов науки от других методов познания? Как изменились параметры научной рациональности за последний век? Составьте опорный конспект.

Тема 3. Частные и специальные методы научного исследования.

План

1. Методы теоретического исследования.
2. Эмпирические методы исследования.

Изучая проблематику первого вопроса, рассмотрите основные принципы и структуру теоретических методов научного исследования. Составьте опорный конспект.

Изучая проблематику второго вопроса, рассмотрите основные принципы и структуру эмпирических методов научного исследования. Составьте опорный конспект.

Тема 4. Методология исследования в связях с общественностью.

План

1. Общенаучные методы сферы PR и рекламы
2. Оригинальные методы сферы PR и рекламы

Перечислите и охарактеризуйте философские, социологические, политологические, социально-психологические основания познания сферы PR и рекламы. Каковы основные теоретические и эмпирические проблемы в области PR и рекламы? Составьте опорный конспект.

Каковы основные технологии и инструменты в сфере PR и рекламы? Каковы оригинальные методы PR и рекламы? Составьте опорный конспект.

Тема 5. Социально-философские методы в PR и рекламе.

План

1. Специфика гуманитарных и социально-философских методов в PR и рекламе
2. Специфика психологических методов в PR и рекламе

Каковы самые современные гуманитарные методики, эффективно используемые в сфере PR и рекламы? Составьте опорный конспект.

Каковы принципы и границы психологического анализа рекламных текстов? Составьте опорный конспект.

опорного конспекта составляет анализ самостоятельно найденных данных по вопросу занятия. Опорный конспект включает только основные положения рассматриваемого сюжета, иллюстрации, схемы, таблицы, показывающие логические взаимосвязи выделенных задач.