

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 14.09.2021 10:53:74  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

## Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.30 «Методы научных исследований»  
направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**Цель изучения дисциплины** - формирование целостного теоретического представления об основных методах научного исследования рекламной деятельности и навыков самостоятельного применения этих методов в профессиональной практике.

### **Задачи:**

- дать студентам представления о методологии и методах научных исследований, организации научно-исследовательских работ, основных этапах исследования, планировании и прогнозировании научных исследований;

- научить студентов анализировать научную информацию и обосновывать темы научных исследований, формулировать и обосновывать научные цели и задачи, составлять планы исследований, разрабатывать методики проведения исследований, выбирать средства измерения, обрабатывать и обобщать результаты исследований.

### **Основные блоки и темы дисциплины:**

Научное познание и его структура. Методология научных исследований. Методы и методика научного исследования в сервисе. Выбор темы научного исследования. Поиск и учет литературы. Выполнение исследования. Систематизация материала. Гипотезы исследования. Литературное оформление исследования. Работа над текстом. Характеристика основных видов студенческих научных работ. Важнейшие требования к дипломной работе.

**Учебная дисциплина «Методы научных исследований» входит в перечень дисциплин базовой части ОПОП.**

В результате изучения дисциплины «Основы копирайтинга» у обучающегося формируются следующие общекультурные (ОК) и профессиональные (ПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-2 – владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-11 - способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

**знать:** основные методы научного исследования гуманитарных дисциплин; методы прикладных исследований и проектирования в рекламной сфере; особенности сбора и анализа эмпирических данных;

**уметь:** анализировать, обобщать и воспринимать информацию по вопросам исследования рекламной деятельности; анализировать социально-значимые проблемы и процессы; ставить перед собой цели, выбирать пути их достижения на основе полученной информации; создавать программы прикладных исследований с целью комплексной оценки рекламных проектов и программ;

**владеть:** способностями осуществлять мыслительную деятельность на уровне анализа, синтеза и обобщения; навыками применения общелогических и эмпирических методов в теоретическом и прикладном исследовании; практическими навыками разработки программ научного и прикладного исследования навыками, сбора, анализа и обработки данных; навыками оформления результатов научных исследований рекламной деятельности.

Дисциплина «Методы научных исследований» изучается посредством лекций, все

разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы.**

**Вид промежуточной аттестации:** зачет.

Разработчик:  
канд. экон. наук



Галинская Н.Н.

Зав. выпускающей кафедрой  
направления

Кумпилова А.Р.