

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.