

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью Б1.Б.29

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Морозова Г.В.

Рецензент(ы):

Тайсина Эмилия Анваровна

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941864519

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Морозова Г.В. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Galina.Morozova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Аналитическое обеспечение решений и связей с общественностью" является формирование у студентов системных знаний о задачах, инструментах и технологиях подготовки и принятия управленческих решений в сфере государственной политики и связях с общественностью, о механизме, принципах взаимодействия институтов гражданского общества и власти.

Задачи курса:

- Освоение студентами знаниями и представлениями о роли аналитической деятельности в обеспечении эффективного функционирования механизма общественного взаимодействия, системы власти и управления, формирования коммуникационного пространства.
- Овладение студентами понятийно-категориального аппарата, используемого при осуществлении информационно-аналитической деятельности для решения задач по связям с общественностью и регулированию социальными процессами.
- Помощь студентам в осмыслении широкого спектра существующих теоретико-методологических подходов к исследованию управления общественным развитием и овладении методами и навыками аналитической работы.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б.1.ДВЗ Цикл гуманитарных, социальных и экономических дисциплин и относится к дисциплине по выбору". Осваивается на втором курсе (4 семестр).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-1	владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
ок-9	использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);
пк-10	способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);
пк-11	способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-33	способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в системе управления общественной жизнедеятельностью, подготовки и принятия управленческих решений;
- основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления и критерии определения результативности исследовательской работы.

2. должен уметь:

- раскрыть основные стадии процесса подготовки и принятия управленческих решений, роль аналитического обеспечения в регулировании социальным развитием и осуществлении связей с общественностью;
- использовать полученные знания при анализе проблем управления социальными процессами, системы массовых коммуникаций.

3. должен владеть:

навыками творческого обобщения полученных знаний.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
1.	Тема 1. Анализ как научная дисциплина и профессия	5	1-2	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Аналитическая деятельность в системе управления, принятии решений и связей с общественностью	5	3-4	2	4	0	Эссе
3.	Тема 3. Предмет и метод анализа	5	5-6	2	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Объект анализа	5	7-8	2	2	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа	5	9	2	2	0	Письменное домашнее задание
6.	Тема 6. Методы анализа: критерии классификации	5	10	2	2	0	Коллоквиум
7.	Тема 7. Метод системного анализа	5	11	0	4	0	Письменная работа
8.	Тема 8. Метод рационального выбора	5	12	2	4	0	Тестирование
9.	Тема 9. Методика сравнительного анализа	5	13	2	2	0	Письменное домашнее задание
10.	Тема 10. Когнитивный подход в аналитическом обеспечении	5	14	2	2	0	Устный опрос
11.	Тема 11. Количественные и качественные методы	5	15	0	4	0	Тестирование Письменное домашнее задание
12.	Тема 12. Методы моделирования и прогнозирования	5	16-17	0	6	0	Коллоквиум Письменное домашнее задание
.	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Анализ как научная дисциплина и профессия лекционное занятие (2 часа(ов)):

Зарождение и основные этапы развития аналитической деятельности. Исторические формы исследований и их характеристика. Особенности современного этапа развития аналитики. Анализ в научной практике России. Понятие и сущность анализа как исследовательского инструмента. Объект, предмет и субъекты анализа. Процедура, основные этапы осуществления анализа и их содержание.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Зарождение и основные этапы развития аналитической деятельности. Исторические формы исследований и их характеристика. Особенности современного этапа развития аналитики. Анализ в научной практике России. Понятие и сущность анализа как исследовательского инструмента. Объект, предмет и субъекты анализа. Процедура, основные этапы осуществления анализа и их содержание.

Тема 2. Аналитическая деятельность в системе управления, принятии решений и связей с общественностью

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Роль анализа ситуации в управлении общественными процессами, формировании и функционировании коммуникационного пространства. Возникновение и основные этапы развития аналитической деятельности. Основные уровни анализа. Виды ситуационного анализа и их характеристика. Горизонтальный и вертикальный анализ, диагностический и прогнозный, общий и фрагментарный.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Аналитическая деятельность: сущность, основные характеристики и функции. Роль анализа ситуации в управлении общественными процессами, формировании и функционировании коммуникационного пространства. Основные уровни анализа. Виды ситуационного анализа и их характеристика. Горизонтальный и вертикальный анализ, диагностический и прогнозный, общий и фрагментарный.

Тема 3. Предмет и метод анализа

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Предмет анализа в рекламной деятельности и связях с общественностью. Субъекты анализа и их классификация. Роль университетов в обеспечении исследовательской деятельности. Место анализа в разработке проекта рекламной кампании. Роль исследования в подготовке и осуществлении PR-проекта. Методология анализа. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Предмет анализа в рекламной деятельности и связях с общественностью. Субъекты анализа и их классификация. Роль университетов в обеспечении исследовательской деятельности. Место анализа в разработке проекта рекламной кампании. Роль исследования в подготовке и осуществлении PR-проекта. Методология анализа. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе.

Тема 4. Объект анализа

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Рекламная деятельность, виды, технологии рекламы как объект анализа. Сложность определения результативности рекламной кампании. Специфика коммуникационной системы как объекта исследования и ее характеристика. Особенности изучения PR-деятельности в различных сферах общественной жизнедеятельности: в системе государственного и муниципального управления, в политической сфере, в сфере туризма, в бизнесе.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Рекламная деятельность, виды, технологии рекламы как объект анализа. Сложность определения результативности рекламной кампании. Специфика коммуникационной системы как объекта исследования и ее характеристика. Особенности изучения PR-деятельности в различных сферах общественной жизнедеятельности: в системе государственного и муниципального управления, в политической сфере, в сфере туризма, в бизнесе. Характеристика рекламной деятельности и сферы связей с общественностью как объекта анализа.

Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие процесса анализа и его содержание. Субъекты анализа и их классификация. Структура, фазы анализа и основные виды научной деятельности. Разработка программы и плана проведения анализа. Стадия организации проведения исследования. Обработка полученных данных и основные способы верификации результатов. Этап подготовки аналитического отчета: основные разделы и требования к составлению.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие процесса анализа и его содержание. Субъекты анализа и их классификация. Структура, фазы анализа и основные виды научной деятельности. Разработка программы и плана проведения анализа. Стадия организации проведения исследования. Обработка полученных данных и основные способы верификации результатов. Этап подготовки аналитического отчета: основные разделы и требования к составлению.

Тема 6. Методы анализа: критерии классификации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Категориальный аппарат темы. Понятия метода и методологии анализа, инструментов, техник, средств и методик аналитической деятельности. Способы классификации методов исследования. Характеристика основных групп методов анализа. Общие, общенаучные и специальные методы. Количественные и качественные методы.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие метода и методологии анализа. Критерии и способы классификации методов исследования. Характеристика основных групп методов анализа. Общие, общенаучные и специальные методы. Количественные и качественные методы. Теоретические и эмпирические методы анализа. Традиционные и нетрадиционные методы.

Тема 7. Метод системного анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

Сущность системного метода и его место в анализе. Возникновение и основные этапы развития системной аналитики. Отечественная школа системного анализа. Основные категории системной аналитики. Критерии классификации систем. Понятие структуры и ее роль в системном анализе. Принципы системного анализа. Основные направления прикладного системного анализа.

Тема 8. Метод рационального выбора

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Метод рационального выбора. История возникновения и практика применения. Теорема невозможности Эрроу: основные постулаты. Значение теоремы невозможности Эрроу. Место и роль метода рационального выбора в аналитической деятельности. Рациональный выбор как инструмент разработки и принятия управленческого решения.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Теория рационального выбора и ее возможности как инструмента анализа. Основные постулаты теории рационального выбора. Исследовательский инструментарий теории рационального выбора и его применение в анализе информационно-коммуникационного пространства, рекламе и связях с общественностью.

Тема 9. Методика сравнительного анализа

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сравнительный метод, его сущность и принципы. Исторический опыт использования сравнительной аналитики в практике управления, связей с общественностью и рекламной деятельности. Виды сравнительных исследований в анализе информационно-коммуникационного пространства. Основные техники сравнительного анализа и их результативность в обеспечении коммуникационных связей.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сравнительный метод, его сущность и принципы. Исторический опыт использования сравнительной аналитики в практике управления, связей с общественностью и рекламной деятельности. Виды сравнительных исследований в анализе информационно-коммуникационного пространства. Основные техники сравнительного анализа и их результативность в обеспечении коммуникационных связей.

Тема 10. Когнитивный подход в аналитическом обеспечении

лекционное занятие (2 часа(ов)):

История зарождения когнитологии и ее роль в исследовательской практике. Когнитивистское направление аналитической деятельности. Методы когнитивистики, их сущность и характеристика. Когнитивные карты как инструмент анализа коммуникативного пространства. Результативность когнитивного метода в исследовании сферы связей с общественностью и рекламной кампании.

практическое занятие (2 часа(ов)):

История зарождения когнитологии и ее роль в исследовательской практике. Когнитивистское направление аналитической деятельности. Методы когнитивистики, их сущность и характеристика. Когнитивные карты как инструмент анализа коммуникативного пространства. Результативность когнитивного метода в исследовании сферы связей с общественностью и рекламной кампании.

Тема 11. Количественные и качественные методы

практическое занятие (4 часа(ов)):

Количественные методы и их характеристика. Способы измерения количественных характеристик явлений. Статистический анализ. Методы сбора данных: опросы, анкетирование. Теоретические истоки качественных методов. Особенности методологии качественного исследования. Методы качественного анализа: смысловая интерпретация данных. Типы качественных исследований. Различия стратегий в качественной и количественной методологии. Техника разработки качественно-количественных сводных характеристик (индексов).

Тема 12. Методы моделирования и прогнозирования

практическое занятие (6 часа(ов)):

Понятие модели и ее основные параметры. Моделирование и его сущность. Виды моделей. Процесс моделирования, характеристика основных этапов построения моделей. Прогноз, предвидение, предсказание, планирование. Виды прогнозов и критерии классификации. Поисковый и нормативный прогноз. Методы прогнозирования. Роль моделирования и прогнозирования в разработке рекламной кампании и PR-проекта.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел дисциплины	Се-местр	Неде-ля семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудо-емкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Анализ как научная дисциплина и профессия	5	1-2	подготовка к устному опросу	4	устный опрос

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Аналитическая деятельность в системе управления, принятии решений и связей с общественностью	5	3-4	подготовка к эссе	3	эссе
3.	Тема 3. Предмет и метод анализа	5	5-6	подготовка к устному опросу	2	устный опрос
4.	Тема 4. Объект анализа	5	7-8	подготовка к устному опросу	2	устный опрос

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа	5	9	подготовка домашнего задания	1	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	1	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	1	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
6.	Тема 6. Методы анализа: критерии классификации	5	10	подготовка к коллоквиуму	3	коллоквиум
7.	Тема 7. Метод системного анализа	5	11	подготовка к письменной работе	5	письменная работа
8.	Тема 8. Метод рационального выбора	5	12	подготовка к тестированию	4	тестирование

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
9.	Тема 9. Методика сравнительного анализа	5	13	подготовка домашнего задания	2	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	2	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	2	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
10.	Тема 10. Когнитивный подход в аналитическом обеспечении	5	14	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
11.	Тема 11. Количественные и качественные методы	5	15	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
				подготовка к тестированию	1	тестирование

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
12.	Тема 12. Методы моделирования и прогнозирования	5	16-17	подготовка домашнего задания	1	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	1	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	1	письменное домашнее задание
				подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
				подготовка к коллоквиуму	2	коллоквиум
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными формами работы студентов являются: лекционные, семинарские занятия, которые закрепляются в ходе научно-исследовательской практики магистров.

Виды контроля: текущий (тестирование, контрольные работы, устный опрос), итоговый (в форме зачета).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Анализ как научная дисциплина и профессия

устный опрос , примерные вопросы:

Контрольные вопросы для подготовки к устному опросу: 1. Что вы знаете о возникновении и развитии аналитической деятельности? 2. Какие исторические формы исследований Вам известны? Дайте их характеристику. 3. Раскройте особенности современного этапа развития аналитики. Объясните, чем они обусловлены. 4. Что Вы знаете о развитии аналитической деятельности в научной практике России? 5. Понятие и сущность анализа как исследовательского инструмента. 6. Опишите объект, предмет и субъекты анализа. 7. Раскройте понятие процедура анализа. 8. Опишите основные этапы осуществления анализа и их содержание. 9. Раскройте значение анализа ситуации в управлении общественными процессами, формировании и функционировании коммуникационного пространства. 10. Назовите основные уровни анализа. 11. Какие виды ситуационного анализа Вы знаете, дайте их характеристику. 12. Раскройте содержание горизонтального и вертикального анализа, диагностического и прогнозного, общего и фрагментарного. 13. Анализ как научная дисциплина. 14. Аналитическая деятельность как профессия 15. Отечественная аналитическая школа: основные представители. 16. Вклад отечественной аналитической школы в науку.

Тема 2. Аналитическая деятельность в системе управления, принятии решений и связей с общественностью

эссе , примерные темы:

Опираясь на учебную и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", студенты собирают материал и готовят текст эссе на тему: "Роль аналитической деятельности в системе управления и принятия решений".
Материал, изложенный в эссе, должен отражать ответы на следующие вопросы: 1. Понятие процесса анализа и его содержание. 2. Основные стадии процесса анализа. 3. Разработка программы и плана проведения анализа. 4. Разработка исходных гипотез : основные виды. 5. Стадия организации и проведения исследования. 6. Фаза обработки полученных данных. 7. Проблема представления полученных результатов: графики, таблицы и т.д. 8. Основные способы верификации результатов. 9. Этап подготовки аналитического отчета: основные разделы. 10. Основные требования к составлению аналитического отчета.

Тема 3. Предмет и метод анализа

устный опрос , примерные вопросы:

Опираясь на учебную и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", студенты собирают материал и готовят ответы на контрольные вопросы устного опроса: 1. Предмет анализа в рекламной деятельности и связях с общественностью. 2. Субъекты анализа и их классификация. 3. Методология анализа. 4. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе 5. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе информационно-коммуникационной сферы 7. Субъекты анализа связей с общественностью, коммуникационного пространства и их классификация 8. Дайте развернутую письменную характеристику методам анализа и опишите проблемы их использования в изучении связей с общественностью. 9. Сфера связей с общественностью как объект анализа. 10. Рекламная деятельность как объект анализа. 11. Сфера связей с общественностью: характеристика предмета и метода анализа. 12. Методы анализа: критерии классификации. 13. Методы анализа: этапы становления и развития. 14. Особенности анализа сферы связей с общественностью. 15. Характеристика методов анализа сферы связей с общественностью. 16. Основные классификации методов анализа. 17. Методы сбора данных. 18. Традиционные и нетрадиционные методы анализа. 19. Количественные и качественные методы анализа. 20. Теоретические и эмпирические методы анализа.

Тема 4. Объект анализа

устный опрос , примерные вопросы:

Опираясь на учебную и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", студенты собирают материал и готовят ответы на контрольные вопросы устного опроса: 1. Рекламная деятельность, как объект анализа. 2. Рекламная деятельность: виды рекламы как объект анализа. 3. Технологии рекламы: анализ результативности. 4. Сложность определения результативности рекламной кампании. 5. Специфика коммуникационной системы как объекта исследования. 6. Характеристика сферы связей с общественностью как объекта анализа. 7. Особенности изучения PR-деятельности в сфере культуры. 8. Особенности изучения PR-деятельности в системе государственного и муниципального управления. 9. Особенности изучения PR-деятельности в различных сферах общественной жизнедеятельности. 10. Особенности изучения PR-деятельности в политической сфере. 11. Особенности изучения PR-деятельности в сфере туризма. 12. Особенности изучения PR-деятельности в бизнесе. 13. Сложность определения результативности рекламной кампании.

Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа

домашнее задание , примерные вопросы:

Используя учебники и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", обучающиеся собирают материал и готовятся к письменной работе по следующим вопросам: 1. Рекламная деятельность как объект анализа. 2. Сфера связей с общественностью как объект анализа. 3. Процедура и основное содержание этапов осуществления анализа 4. Процедура осуществления анализа: общая характеристика 5. Методы анализа: критерии классификации 6. Основные классификации метода анализа: общая характеристика. 7. Стадия концептуализации анализа. 8. Стадия организации и проведения анализа. 9. Стадия сбора данных: основные методы. 10. Аналитический отчет: основные требования в составлении.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Опишите основные требования, предъявляемые к проведению диагностического анализа на примере избирательной кампании в РТ (по выбору студента).

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Опишите основные требования, предъявляемые к проведению диагностического анализа на примере избирательной кампании в РТ (по выбору студента).

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Опишите основные требования, предъявляемые к проведению диагностического анализа на примере избирательной кампании в РТ (по выбору студента).

Тема 6. Методы анализа: критерии классификации

коллоквиум , примерные вопросы:

Опираясь на учебную и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", студенты собирают материал и готовят ответы на контрольные вопросы коллоквиума: 1. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе информационно-коммуникационной сферы 2. Субъекты анализа связей с общественностью, коммуникационного пространства и их классификация 3. Дайте развернутую письменную характеристику методам анализа и опишите проблемы их использования в изучении связей с общественностью. 4. Сфера связей с общественностью как объект анализа. 5. Рекламная деятельность как объект анализа. 6. Сфера связей с общественностью: характеристика предмета и метода анализа. 7. Методы анализа: критерии классификации. 8. Методы анализа: этапы становления и развития. 9. Особенности анализа сферы связей с общественностью. 10. Характеристика методов анализа сферы связей с общественностью. 11. Основные классификации методов анализа. 12. Методы сбора данных. 13. Традиционные и нетрадиционные методы анализа. 14. Количественные и качественные методы анализа. 15. Теоретические и эмпирические методы анализа.

Тема 7. Метод системного анализа

письменная работа , примерные вопросы:

Используя учебники и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", обучающиеся собирают материал и готовятся к коллоквиуму по следующим вопросам. Контрольные вопросы: 1. Метод системного анализа: сущность и содержание 2. Возникновение и основные этапы становления системной аналитики. 3. Отечественная школа системной аналитики: основные представители. 4. Категориальный аппарат темы системного анализа. 5. Категории изучения системы в динамике статике. 6. Метод рационального выбора. 7. История возникновения и практика применения. 8. Теорема невозможности Эрроу: основные постулаты. 9. Значение теоремы невозможности Эрроу. 10. Место и роль метода рационального выбора в аналитической деятельности. 11. Рациональный выбор как инструмент разработки и принятия управленческого решения. 12. Метод рационального выбора

Тема 8. Метод рационального выбора

тестирование , примерные вопросы:

Опираясь на учебную и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", студенты собирают материал и готовят ответы на вопросы, предложенные к тестированию: 1. Теория рационального выбора: предпосылки появления. 2. Теория рационального выбора: основополагающие принципы. 3. Теория рационального выбора: отечественная школа. 9. Эволюция теории рационального выбора в зарубежной науке. 10. Проблема применимости основных постулатов теории рационального выбора к анализу российских общественных явлений и процессов. 11. Современные альтернативные концепции в рамках теории рационального выбора. 12. Практическое применение теории игр на примере анализа конкретной ситуации. 13. Основные направления моделирования ситуаций в рамках теории игр. 14. Теорема Эрроу в теории и на практике: преимущества и ограничения 15. Практическое применение модели медианного избирателя как инструмента анализа результатов выборов. Тест по изученным вопросам темы.

Тема 9. Методика сравнительного анализа

домашнее задание , примерные вопросы:

Используя учебники и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", обучающиеся собирают материал и готовятся к письменной работе по следующим вопросам: 1. История возникновения сравнительной аналитики: основные этапы. 2. Отечественная школа сравнительного анализа: основные представители. 3. Процедура сравнительного анализа. 4. Параметры сравнения: основные требования. 5. Методика сравнительного анализа. 6. Сравнительный метод, его сущность и принципы. 7. Исторический опыт использования сравнительной аналитики в практике управления, связей с общественностью и рекламной деятельности. 8. Виды сравнительных исследований в анализе информационно-коммуникационного пространства. 9. Основные техники сравнительного анализа и их результативность в обеспечении коммуникационных связей. 10. Сфера связей с общественностью как объект сравнительного анализа. 11. Рекламная деятельность как объект сравнительного анализа. 12. Результативность сравнительного метода в сфере связей с общественностью. 13. Ошибки и трудности проведения сравнительного анализа в информационно-коммуникативной сфере.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовьте примеры применения сравнительного метода в политических исследованиях.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовьте примеры применения сравнительного метода в политических исследованиях.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовьте примеры применения сравнительного метода в политических исследованиях.

Тема 10. Когнитивный подход в аналитическом обеспечении

устный опрос , примерные вопросы:

Используя учебники и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", обучающиеся собирают материал и готовятся к домашнему заданию по устному опросу. Контрольные вопросы: 1. История зарождения когнитологии и ее роль в исследовательской практике. 2. Когнитивистское направление аналитической деятельности. 3. Методы когнитивистики, их сущность и характеристика. 4. Когнитивные карты как инструмент анализа коммуникативного пространства. 5. Результативность когнитивного метода в исследовании сферы связей с общественностью и рекламной кампании. 6. Когнитивистское направление отечественной аналитической деятельности. 7. История зарождения отечественной аналитической деятельности и ее роль в исследовательской практике. 8. Методы когнитивистики, их сущность и характеристика. 9. Когнитивные карты как инструмент анализа коммуникативного пространства. 10. Результативность когнитивного метода в исследовании сферы связей с общественностью и рекламной кампании.

Тема 11. Количественные и качественные методы

домашнее задание , примерные вопросы:

1). Обучающиеся подбирают, используя учебники, учебные пособия, методические указания по основам исследовательской деятельности материал для ответа на следующие вопросы домашнего задания: 1. Количественные методы, их характеристика, возможности и ограничения применения 2. Способы измерения количественных характеристик информационно-коммуникативной сферы. Статистический анализ и его роль в изучении коммуникационного пространства 3. Методы сбора данных: опросы, анкетирование, их роль и особенности использования 4. Теоретические истоки качественных методов. Роль методологии качественного исследования коммуникационных взаимодействий и особенности применения 5. Методы качественного анализа: смысловая интерпретация данных 6. Типы качественных исследований. 7. Различия стратегий в качественной и количественной методологии. 8. Техника разработки качественно-количественных сводных характеристик (индексов) по исследованию коммуникационного пространства 9. Метод наблюдения: сущность, виды. 10. Процедура наблюдения: основные этапы и содержание 11. Оценка метода наблюдения: преимущества и недостатки.

тестирование , примерные вопросы:

Тест по вопросам темы "Количественные и качественные методы".

Тема 12. Методы моделирования и прогнозирования

домашнее задание , примерные вопросы:

Используя учебники и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", обучающиеся собирают материал и готовятся к домашнему заданию по следующим вопросам: 1. Понятие модели и ее содержание 2. Понятие модели и ее основные параметры. 3. Основные критерии классификации моделей. 4. Характеристика видов моделей. 5. Моделирование и его сущность. 6. Процедура моделирования: основные этапы. 7. Виды моделей в информационно-коммуникационном пространстве. 8. Процесс моделирования, характеристика основных этапов построения моделей. 9. Прогноз, предвидение, предсказание, планирование. 10. Виды прогнозов и критерии классификации. 11. Поисковый и нормативный прогноз. 12. Методы прогнозирования. 13. Роль моделирования и прогнозирования в разработке рекламной кампании и PR-проекта.

коллоквиум , примерные вопросы:

Опираясь на учебную и методическую литературу по курсу "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью", студенты собирают материал и готовят ответы на контрольные вопросы коллоквиума: 1. Роль моделирования в аналитических исследованиях процессов и явлений. 2. Роль моделирования в аналитических исследованиях сферы связей с общественностью. 3. Модель: понятие и виды. 4. Основные классификации видов моделей. 5. Моделирование в анализе: разнообразие подходов к принципам построения моделей. 6. Параметры модели. 7. Проблема соотношения проблемного и ситуационного ракурсов анализа. 8. Становление прогнозирования как области научных знаний. 9. Основные принципы и функции прогнозирования. 10. Категориальный аппарат прогнозирования. 11. Прогноз: понятие и виды. 12. Проблема верифицируемости в прогнозировании. 13. Практическое применения результатов прогнозирования при принятии политических решений. 14. Специфика методов прогнозирования. 15. Использование статистических прогнозов в сфере управления. 16. Экспертные методы в прогнозировании. 17. Проблема анализа качества прогнозов на практических примерах. 18. Процедура моделирования коммуникационного пространства. 19. Разработка прогноза развития сферы связей с общественностью. 20. Метод сценария: практика применения в информационно-коммуникационном пространстве.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовьте доклад в виде презентации по методам прогнозирования.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовьте доклад в виде презентации по методам прогнозирования.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Подготовьте доклад в виде презентации по методам прогнозирования.

Итоговая форма контроля

экзамен (в 5 семестре)

Примерные вопросы к экзамену:

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Применение основных принципов прикладного системного анализа в исследовании социальных процессов и явлений.
2. Методы исследования "мягких" и "жестких" систем.
3. Место анализа в исследовании социальных процессов в современной России.
4. Особенности теоретического и прикладного анализа.
5. Специфика применения методов анализа.
6. Практическая эффективность комбинации методов анализа в теоретических и прикладных исследованиях.
7. Перспективные методы анализа.
8. Основные предпосылки появления и становления анализа как области научных знаний.
9. Особенности национальных школ анализа.
10. Развитие анализа как сферы отечественной науки.
11. Принципы организации анализа политической ситуации.
12. Основные стадии анализа на примере аналитического исследования конкретной ситуации.
13. Пределы эффективности анализа.
14. Система и основные инструменты ее описания в ходе аналитического исследования.
15. Эффективность прикладного системного анализа в изучении явлений и процессов.
16. Основные подходы к построению методологии исследования систем.
17. Применение основных принципов прикладного системного анализа в исследовании социальных процессов и явлений.
18. Методы исследования "мягких" и "жестких" систем.
19. Основные составляющие методики сравнительного анализа.
20. Принципы организации сравнительного анализа.

21. Проблемы сравнения и способы уменьшения их влияния на результаты сравнительного исследования.
22. Теория рационального выбора: предпосылки появления и основополагающие принципы.
23. Эволюция теории рационального выбора в зарубежной науке.
24. Проблема применимости основных постулатов теории рационального выбора к анализу российских общественных явлений и процессов.
25. Современные альтернативные концепции в рамках теории рационального выбора.
26. Практическое применение теории игр на примере анализа конкретной ситуации.
27. Основные направления моделирования ситуаций в рамках теории игр.
28. Теорема Эрроу в теории и на практике: преимущества и ограничения
29. Практическое применение модели медианного избирателя как инструмента анализа результатов выборов.
30. Теоретический аспект анализа коалиционного объединения политических сил.
31. Преимущества и ограничения модели минимально связанной коалиции Р. Аксельрода.
32. Модели разделения властей и распределения власти как инструмент анализа политических процессов.
33. Когнитивное картирование как метод анализа мышления социальных субъектов.
34. Основные принципы построения когнитивной модели при анализе общественных явлений и процессов.
35. Роль когнитивного подхода в системе методов анализа.
36. Основные факторы политической динамики и возможности ее исследования.
37. Графические методы измерения политической динамики.
38. Применения современных технологий в области исследования политической динамики.
39. Роль моделирования в аналитических исследованиях процессов и явлений.
40. Моделирование в анализе: разнообразие подходов к принципам построения моделей.
41. Проблема соотношения проблемного и ситуационного ракурсов анализа.
42. Становление прогнозирования как области научных знаний.
43. Основные принципы и функции прогнозирования.
44. Проблема верифицируемости в прогнозировании.
45. Практическое применения результатов прогнозирования при принятии политических решений.
46. Специфика методов прогнозирования.
47. Использование статистических прогнозов в сфере управления.
48. Экспертные методы в прогнозировании.
49. Проблема анализа качества прогнозов на практических примерах.

Вопросы к зачету

1. Что такое анализ, его объект и предмет?
2. Каковы уровни анализа, в чем их специфика и соотношение?
3. Охарактеризуйте смену познавательных систем в социальной науке: в чем причина, характер, функциональность?
4. Какие тенденции просматриваются в процессе формирования методологической базы социальной науки?
5. От чего зависит выбор аналитиком методологии научного анализа?
6. Общая характеристика методов и проблемы их использования в анализе
7. Субъекты анализа и их классификация
8. Структура, фазы анализа и их содержание
9. Разработка программы и плана проведения анализа

10. Ситуация в рекламной кампании и ее анализ
11. Основные уровни анализа
12. Основные виды анализа
13. Принципы системного анализа
14. Основные направления прикладного системного анализа
15. Когнитивный подход в изучении сферы связей с общественностью
16. Когнитивные карты как инструмент анализа коммуникативного пространства.
17. Основные принципы когнитивного подхода
18. Теория рационального выбора и ее возможности как инструмента анализа
19. Основные постулаты теории рационального выбора
20. Моделирование как метод анализа
21. Типология моделей
22. Взаимоотношения моделей различных типов
23. Процесс моделирования и его основные этапы
24. Сравнительный метод в анализе рекламной кампании и PR -кампании
25. Сущность сравнительного метода
26. Основные принципы организации сравнительного анализа
27. Понятие, сущность и виды прогнозирования.
28. Технологии прогнозирования
29. Типология прогнозов
30. Роль моделирования и прогнозирования в разработке рекламной кампании и PR-проекта.
31. Количественные методы и их характеристика.
32. Способы измерения количественных характеристик явлений. Статистический анализ.
33. Методы сбора данных: опросы, анкетирование.
34. Теоретические истоки качественных методов. Особенности методологии качественного исследования.
35. Методы качественного анализа: смысловая интерпретация данных.
36. Типы качественных исследований.
37. Различия стратегий в качественной и количественной методологии.
38. Техника разработки качественно-количественных сводных характеристик (индексов).
39. История зарождения когнитологии и ее роль в исследовательской практике.
40. Когнитивистское направление аналитической деятельности.
41. Методы когнитивистики, их сущность и характеристика.
42. Результативность когнитивного метода в исследовании сферы связей с общественностью и рекламной кампании.
43. Исторический опыт использования сравнительной аналитики в практике управления, связей с общественностью и рекламной деятельности.
44. Виды сравнительных исследований в анализе информационно-коммуникационного пространства.
45. Основные техники сравнительного анализа и их результативность в обеспечении коммуникационных связей.
46. Понятие процесса анализа и его содержание.
47. Разработка программы и плана проведения анализа.
48. Стадия организации проведения исследования. Фаза обработки полученных данных и основные способы верификации результатов.
49. Этап подготовки аналитического отчета: основные разделы и требования к составлению.

7.1. Основная литература:

Основная литература:

Прогнозирование и планирование: Учебно-методическое пособие / Почекутова Е.Н., Феденко А.П. - Краснояр.:СФУ, 2016. - 126 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/967696>

Щепилова Г.Г., Реклама в СМИ: история, технологии, классификация [Электронный ресурс] / Щепилова Г.Г. - М. : Издательство Московского государственного университета, 2010. - 464 с. - ISBN 978-5-211-05799-9 - Режим доступа:

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211057999.html>

Чумиков А.Н., Медиарилейшнз [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. (Серия 'Современные технологии PR. Мастер-класс')

- ISBN 978-5-7567-0715-1 - Режим доступа:

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707151.html>

7.2. Дополнительная литература:

Дополнительная литература:

Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. ? М. : ИНФРА-М, 2018. ? 336 с. Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/944382>

Прогнозирование долгосрочных тенденций в развитии мирового хозяйства: учеб. пособие / В.Г. Клинов. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 142 с.Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/185000>

7.3. Интернет-ресурсы:

Общественно-политический интернет-канал 'ПОЛИТ.РУ' - www.polit.ru

Администрация президента России. - www.kremlin.ru

The Gallup Organization World Wide Web Server Институт Гэллопа - www.gallup.com/index.html

ВЦИОМ - www.wciom.ru

Государственная Дума Российской Федерации - www.duma.ru

Информационно-аналитический ресурс - Politonline.Ru

Конституция Российской Федерации - www.constitution.kremlin.ru

Российская газета' - официальный орган Правительства РФ. - www.rg.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Мультимедийный класс, включающий в себя компьютер в комплекте, подключенный к сети интернет, проектор, проекционный экран.

Компьютерный класс, включающий в себя необходимое количество компьютеров в комплекте, подключенных к сети интернет, в расчете на 1 студенческую группу, и обеспечивающий возможность проведения текущего контроля знаний учащихся посредством онлайн системы тестирования.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере .

Автор(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Тайсина Эмилия Анваровна _____

"__" _____ 201__ г.