

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Аналитическое обеспечение рекламы и связей с общественностью БЗ.ДВ.5

Направление подготовки: 031600.62 - 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 (отделение массовых коммуникаций):

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

Регистрационный No 94186814

Казань

2014

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 Отделение массовых коммуникаций, 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 "Б3.ДВ.5 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 4 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б.1.ДВ3 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 (общекультурные компетенции)	владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ОК-9 (общекультурные компетенции)	использование основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально-значимые вопросы и проблемы
ПК-11 (профессиональные компетенции)	способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий
ПК-33 (профессиональные компетенции)	способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-34 (профессиональные компетенции)	владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в системе управления общественной жизнедеятельностью, подготовки и принятии 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 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 4 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	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Анализ как научная дисциплина и профессия	4	1-2	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Аналитическая деятельность в системе управления, принятии решений и связей с общественностью	4	3-4	2	2	0	эссе
3.	Тема 3. Предмет и метод анализа	4	5-6	2	2	0	устный опрос
4.	Тема 4. Объект анализа	4	7-8	2	2	0	устный опрос
5.	Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа	4	9	2	2	0	домашнее задание
6.	Тема 6. Методы анализа: критерии классификации	4	10	2	2	0	коллоквиум
7.	Тема 7. Метод системного анализа	4	11	0	4	0	письменная работа
8.	Тема 8. Метод рационального выбора	4	12	0	4	0	тестирование
9.	Тема 9. Методика сравнительного анализа	4	13	2	2	0	домашнее задание
10.	Тема 10. Когнитивный подход в аналитическом обеспечении	4	14	2	2	0	устный опрос
11.	Тема 11. Количественные и качественные методы	4	15	0	4	0	тестирование домашнее задание
12.	Тема 12. Методы моделирования и прогнозирования	4	16-17	0	6	0	коллоквиум домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	4		0	0	0	зачет
	Итого			16	34	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. Основные уровни анализа. Виды ситуационного анализа и их характеристика. Горизонтальный и вертикальный анализ, диагностический и прогнозный, общий и фрагментарный.

практическое занятие (2 часа(ов)):

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.

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)):

Понятие метода и методологии анализа. 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. Способы классификации методов исследования. Характеристика основных групп методов анализа. Общие, общенаучные и специальные методы. Количественные и качественные методы.

Тема 7. Метод системного анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

Сущность системного метода и его место в анализе. 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

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	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Анализ как научная дисциплина и профессия	4	1-2	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Аналитическая деятельность в системе управления, принятии решений и связей с общественностью	4	3-4	подготовка к эссе	5	эссе
3.	Тема 3. Предмет и метод анализа	4	5-6	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Объект анализа	4	7-8	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
5.	Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа	4	9	подготовка домашнего задания	5	домашнее задание
6.	Тема 6. Методы анализа: критерии классификации	4	10	подготовка к коллоквиуму	5	коллоквиум
7.	Тема 7. Метод системного анализа	4	11	подготовка к письменной работе	5	письменная работа

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
8.	Тема 8. Метод рационального выбора	4	12	подготовка к тестированию	5	тестирование
9.	Тема 9. Методика сравнительного анализа	4	13	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
10.	Тема 10. Когнитивный подход в аналитическом обеспечении	4	14	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
11.	Тема 11. Количественные и качественные методы	4	15	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
				подготовка к тестированию	2	тестирование
12.	Тема 12. Методы моделирования и прогнозирования	4	16-17	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
				подготовка к коллоквиуму	3	коллоквиум
Итого					58	

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:

1. Исторические формы исследований и их характеристика. 2. Особенности современного этапа развития аналитики. Анализ в научной практике России. 3. Понятие и сущность анализа как исследовательского инструмента.

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

эссе , примерные темы:

Эссе на тему: Роль аналитической деятельности в системе управления и принятия решений.

Тема 3. Предмет и метод анализа

устный опрос , примерные вопросы:

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

Тема 4. Объект анализа

устный опрос , примерные вопросы:

1. Рекламная деятельность, виды, технологии рекламы как объект анализа. Сложность определения результативности рекламной кампании. 2. Специфика коммуникационной системы как объекта исследования и ее характеристика. 3. Особенности изучения PR-деятельности в различных сферах общественной жизнедеятельности: в системе государственного и муниципального управления, в политической сфере, в сфере туризма, в бизнесе.

Тема 5. Процедура и основные этапы осуществления анализа

домашнее задание , примерные вопросы:

Проанализируйте статью, сформулируйте научную проблему, лежащую в основе представленной в статье информации. Составьте краткий план научного анализа данной проблемы (применяя все основные анализа).

Тема 6. Методы анализа: критерии классификации

коллоквиум , примерные вопросы:

Студентам предлагается рассмотреть с использованием различных методов политического анализа кейс ?Карибский кризис? и указать, какие методы ими были использованы и почему. Цель: дать представление о методологии научного анализа, показать на практике, как используются различные подходы и методы политического анализа.

Тема 7. Метод системного анализа

письменная работа , примерные вопросы:

Цель: Уяснение смысла, который вкладывается в понятие ?политический институт? представителями различных научных школ и направлений. Выявление научного вклада в развитие методологической базы политической науки, сделанный институционалистами. Выполнение практической работы на базе текста Конституции РФ позволит наиболее четко проиллюстрировать один из недостатков классического институционализма ? исходное положение, согласно которому существует полное соответствие между формальным описанием политической системы и политической реальностью. Найдите расхождения в положениях Конституции как рамочного политического документа и реальной российской политической системы. Необходимо осуществить анализ российской Конституции с точки зрения несоответствий текста Конституции реальным политическим институтам.

Тема 8. Метод рационального выбора

тестирование , примерные вопросы:

Тест по пройденным темам

Тема 9. Методика сравнительного анализа

домашнее задание , примерные вопросы:

Студентам дается задание по сбору детальной информации по всем кандидатам. Сравнительный анализ кандидатов проводится по следующим позициям: биография, подход к проблемам, политический опыт, финансовое обеспечение, информация прессы, выдержки из выступлений.

Тема 10. Когнитивный подход в аналитическом обеспечении

устный опрос , примерные вопросы:

Когнитивистское направление аналитической деятельности, история зарождения и его роль в исследовательской практике. 2. Методы когнитивистики, их сущность и характеристика. Когнитивные карты как инструмент анализа коммуникативного пространства. 3. Результативность когнитивного метода в исследовании сферы связей с общественностью и рекламной кампании.

Тема 11. Количественные и качественные методы

домашнее задание , примерные вопросы:

Провести контент-анализ проблемы (по индивидуальному выбору студента). Выявить: основные характеристики проблемы, проблемные аудитории, актуальность проблемы, общественный резонанс, перспективы использования проблемы. Сравнительный анализ освещения в СМИ события (акцент на динамике освещения события, сравнение публикаций в источниках разной политической направленности, анализ разных типов источников, например, СМИ и блоги).

тестирование , примерные вопросы:

Тест по курсу.

Тема 12. Методы моделирования и прогнозирования

домашнее задание , примерные вопросы:

Политическое будущее России: поиск оптимальной модели Цель: выявить возможные направления развития России. Выбрать модель для создания сценария политического развития России и обосновать этот выбор.

коллоквиум , примерные вопросы:

Деловая игра ?Внешиполитические проблемы России? Цель: формирование комплексного представления об основных внешнеполитических проблемах РФ. Этапы: 1. Выявление внешнеполитических проблем России и их анализ. 2. Моделирование различных ситуаций, формулирование предложений и выработка оценок. 3. Разработка сценарного прогноза. 4. Подведение итогов.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

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:

Попова О. В. Политический анализ и прогнозирование: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030200 - "Политология" / О. В. Попова. - Москва: Аспект Пресс, 2011.-463, [1] с. (25 экз.)

Зерчанинова Т.Е. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебное пособие. - М.: Издательство: Логос, 2010. - 303 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=468744>

Чумиков Александр Николаевич, Бочаров Михаил Петрович. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник. 2 Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. <http://znanium.com/go.php?id=426920>

7.2. Дополнительная литература:

Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. - 416 с. <http://znanium.com/go.php?id=147600>

Социология: Учебник / В.И. Добреньков, А.И. Кравченко; Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 624 с. [//http://znanium.com/bookread.php?book=341605](http://znanium.com/bookread.php?book=341605)

Антипов К. В. Основы рекламы: Учебник / К. В. Антипов. " 2-е изд." М.: Издательско торговая корпорация "Дашков и К-", 2012. ? 328 с. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7792>

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.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

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 031600.62 "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.