

Программу составил:

Шилова В.А.

к.соц.н., доцент кафедры Методологии и методов социологических исследований Социологического факультета ГАУГН

Рецензент:

Богданов В. С.,

д. соц. н., ст. науч. сотр., Институт социологии ФНИСЦ РАН

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 39.04.01 «СОЦИОЛОГИЯ» (УРОВЕНЬ МАГИСТРАТУРЫ)

Утвержден Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «5» февраля 2018 г. № 79

составлена на основании учебного плана

направления 39.04.01 «Социология» направленность (профиль) «Методология и практика социологических исследований»

утверждена на Учебно-методическом совете Протокол № 7 от 14.05.2020

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры Методологии и методов социологических исследований

Срок действия программы: 2020–2022 уч. гг.

Зав. кафедрой Методологии и методов социологических исследований

В. И. Залунин

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОП
 - 2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося
 - 2.2. Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ В СООТВЕТСТВИИ С ФОРМАМИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ
7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
 - 8.1. Рекомендуемая литература
 - 8.1.1. Основная литература
 - 8.1.2. Дополнительная литература
 - 8.2. Электронные образовательные ресурсы
 - 8.3. Программное обеспечение
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложение 1 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Приложение 2 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Методология и практика социологических исследований в сфере коммуникаций» является формирование уровня освоения у обучающихся способности к обучению новым методам исследований, готовности к изменению производственного профиля деятельности. Обучающийся способен самостоятельно сформулировать цели, задачи научных исследований и решать их с использованием современных исследовательских методов с учетом отечественного и зарубежного опыта, а также использовать знания и навыки по философии социальных наук, новейшим тенденциям и направлениям современной социологической теории, методологии и методам социальных наук для решения задач фундаментального прикладного исследования социальных общностей, институтов и процессов, общественного мнения.

В задачи освоения дисциплины входит:

1. Сформировать готовность обучающегося к ведению научно-исследовательской деятельности в сфере коммуникаций.
2. Изучить методологические основы научного исследования в сфере коммуникаций.
3. Сформировать понятийный аппарат в области методологии и методов научного исследования в сфере коммуникаций.
4. Изучить средства научного исследования в сфере коммуникаций.
5. Сформировать практические навыки и умения по проведению научных исследований и оформлению результатов научных исследований в сфере коммуникаций.
6. Познакомить с этическими нормами и правилами проведения научного исследования в сфере коммуникаций.
7. Сформировать готовность к применению результатов научно-исследовательской работы в сфере коммуникаций при решении конкретных профессиональных и образовательных задач.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.04.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Для успешного освоения материалов курса, необходимы знания в области социологии коммуникации, ПР, рекламы, маркетинговых коммуникаций, знание основных теоретических подходов, методологических принципов и методов исследования в социологии.
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка научно-исследовательской работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Индикатор 1.1	Знает основные принципы и подходы к изучению аудиторий и рейтингов популярности СМИ
Индикатор 1.2	Знает теоретические и практические аспекты функционирования современных медиасистем России и зарубежных стран, роли массовой информации в экономической, политической, культурной сферах общества, профессиональных правилах и нормах журналистской этики, основах производственного процесса СМИ
Индикатор 1.3	Знает основы прогнозирования и проектирования коммуникативных процессов
Индикатор 2.1	Способен использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов
Индикатор 2.2	Способен обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций в области исследования коммуникаций
Индикатор 2.3	Может планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работ маркетинговых служб
Индикатор 3.1	Владеет методами классификации средств и форм массовой коммуникации
Индикатор 3.2	Обладает навыками обработки и анализа данных исследования коммуникации для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций
Индикатор 3.3	Обладает навыками прогнозных и проектных технологий в области исследования общественного мнения, PR, рекламы, организационных и маркетинговых коммуникаций

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Индикатор 1.1	Способен определить ключевые понятия медиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ, различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики»
Индикатор 1.2	Знает виды и типы научных медиа исследований, принципы разработки их методологии, методики и правил организации исследования
Индикатор 1.3	Знает методы анализа и интерпретации полученных данных в сфере коммуникаций
Индикатор 2.1	Самостоятельно осуществляет научное исследование в сфере коммуникаций с использованием современных российских методов
Индикатор 2.2	Самостоятельно осуществляет научное исследование в сфере коммуникаций с использованием современных международных методов
Индикатор 2.3	Анализирует результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач

Индикатор 3.1	Способен провести социологическое исследование в сфере коммуникаций
Индикатор 3.2	На основании полученных знаний способен заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в сфере коммуникаций
Индикатор 3.3	Владеет методиками кластерного, факторного, корреляционного анализов в сфере исследования коммуникации
ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов	
Индикатор 1.1	Знает основные принципы и приемы медиапланирования
Индикатор 1.2	Знает принципы и правила выбора для анализа оптимальных носителей PR-сообщений и рекламы и каналов распространения информации с учетом целей и задач рекламных кампаний и PR-мероприятий
Индикатор 1.3	Знает принципы и правила выбора для анализа оптимальных коммуникативных источников в исследованиях организационной структуры, управления, формальной и неформальной культуры
Индикатор 2.1	Умеет применять основные принципы и методы медиапланирования
Индикатор 2.2	Умеет эффективно использовать методику и технику количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний
Индикатор 2.3	Способен использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности
Индикатор 3.1	Владеет навыками формирования выборочных объектов для анализа данных в PR и рекламе
Индикатор 3.2	Способен применять методики и техники количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний
Индикатор 3.3	Владеет полным арсеналом научных методов и методик анализа разных типов, видов и форм коммуникации, коммуникативных процессов и практик

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер и наименование раздела	Наименование темы лекционного занятия, краткое содержание	Семестр/ Курс	Объем, акад.часы	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основные направления эмпирических исследований коммуникации и СМК	Тема 1. Методологические особенности исследования межличностной, межгрупповой (организационной) и массовой коммуникации. Качественные, количественные и смешанные стратегии.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 2. Коммуникатор и коммуникант: социологические способы их изучения. Метод семантического дифференциала, репертуарные решетки Дж.Келли.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 3. Опрос (анкетирование, интервьюирование) в сфере исследований коммуникации. Методики тестирования. Социометрия.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 4. Методология и методы исследования аудитории.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 5. Методы экспертных оценок в сфере исследования коммуникации.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 6. Наблюдение и эксперимент в сфере исследования коммуникации и СМК.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 7. Особенности метода и разновидности фокус-групп в сфере исследования коммуникации.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.

	Тема 8. Методы исследований эффектов и эффективности СМК, рекламы, ПР.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 9. Методолого-методические особенности исследований коммуникативных технологий (реклама, ПР, маркетинговые коммуникации).	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 10. Методолого-методические особенности исследований коммуникативных и управленческих структур организаций.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 11. Методолого-методические особенности исследований политической, экономической, научной, повседневной и др. видов коммуникации.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
Раздел 2. Исследования языка, методология и методы анализа текстов	Тема 1. Методологические аспекты исследования языка. Социоллингвистика, лингвopsихология, семиосоциопсихология.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 2. Контент-анализ, дискурс-анализ, мотивационно-целевой анализ текстов СМК.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 3. Особенности методов сбора и анализа данных в мониторингах. Классификации мониторингов.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
Раздел 3. Методологические принципы исследования коммуникации	Тема 1. Междисциплинарный подход, комплексная диагностика и смешивание методов с сфере исследования коммуникации.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 2. Медиапланирование. Определение и процесс медиапланирования. Функции и обязанности медиапленера. Роль медиапланирования в рекламной и маркетинговой коммуникации. Рекламный рынок России. Структура медиа агентств. Функции отделов медиа агентства. Ключевые термины и показатели в медиапланировании. Исследования в медиапланировании. Особенности измерения медиапоказателей и потребительского поведения целевых аудиторий.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
Раздел 4. Методы анализа данных в исследованиях коммуникации	Тема 1. Корреляционный, факторный, детерминационный анализы в исследованиях коммуникативных структур и процессов.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.
	Тема 2. Дисперсионный, латентно-структурный анализ. Метод импликационных шкал в исследовании коммуникативных структур и процессов.	2/1	4	УК-2, УК-3, ПК-1	Л.1.1-Л1.3, Л.2.1-Л.2.17, Л.3.1, Л.3.2, Э.1-Э.4.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

5.1	Текущий контроль освоения компетенций по дисциплине проводится при изучении теоретического материала, выполнении заданий на практических занятиях, выполнении индивидуальных заданий в форме доклада, эссе. Текущему контролю подлежит посещаемость обучающимися аудиторных занятий и работа на занятиях. Итоговой оценкой освоения полученных компетенций (результатов обучения по дисциплине «Методология и практика социологических исследований в сфере коммуникаций» является промежуточная аттестация в форме
-----	---

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ В СООТВЕТСТВИИ С ФОРМАМИ ПРОЯВЛЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

6.1. Индикаторы сформированности 1.1 – 1.2 – 1.3

Типовые вопросы для промежуточного контроля в семестре

1. Компоненты коммуникации как предмет исследования.
2. Эмпирико-функционалистский подход к исследованию коммуникации.
3. Критическая теория коммуникации.
4. Методы структурной лингвистики.
5. Коммуникативистика: теоретические концепции и методы.
6. Культурологические подходы к анализу коммуникативных структур, механизмов и процессов.
7. Медиаметрия.
8. Основные методы анализа теорий СМИ.
9. Концептуальные приемы научных исследований коммуникации.
10. Анализ материалов СМИ.
11. Техника проведения научных исследований (основные приемы).
12. Основные научные течения и школы исследования СМИ.
13. Ведущие «западные» и отечественные исследователи СМИ и СМК: методологические подходы и новаторство.
14. Методика исследования новых сфер функционирования массовой информации (специализированных, тематических СМИ, сетевых СМИ, блогосферы).
15. Описание, типология и классификация новых или модернизированных, в том числе конвергентных СМИ.
16. Опыт зарубежных и отечественных исследований.
17. Качественные методы исследования коммуникации.
18. Количественные методы исследования коммуникации.
19. Методологический подход и методика исследования конкретной научной проблемы (по теме магистерской диссертации)

6.2. Индикаторы сформированности 2.1. – 2.2. – 2.3

Примерные темы для семинарских занятий в семестре

1. Обзор теоретических концепций исследований коммуникации, базирующихся на общенаучных методах и принципах социально-гуманитарных исследований: наблюдении, этнометодологии, социальном эксперименте, биографическом, идеографическом, монографическом методах, сравнительном (компаративистском) методе, проективных и игровых методах, тестировании, социометрии, медиаметрии, иконографии и др. Обсуждение возможности практического использования их в собственной исследовательской работе в ходе семинарского занятия.
2. Стратегический и структурный анализ текста. Студентам выдаются материалы распечаток телевизионных дебатов и статей. На основе представленной им в лекционном курсе методологии студенты выполняют анализ текстов с применением различных подходов: социокультурного, феноменологического, герменевтического, дискурсивного, семиотического.
3. Экономический анализ СМИ. Студенты на основе материалов, таблиц, представленных преподавателем, определяют цели и вид возможного исследования, учатся анализировать рынки, получают основные знания о главных экономических показателях, необходимых для анализа.
4. Практические приемы. Студенты получают задание провести сравнительный контент-анализ, дискурс и мотивационно-целевой анализ текстов газет, обработать данные и представить выводы. Итог обсуждается на семинарском занятии.
5. Практические приемы. Студенты получают задание провести фокусированное интервью по поводу просмотра телевизионных сюжетов и обработать данные. Содержание материалов анализируется и методом семантического дифференциала. Результаты докладываются на семинарском занятии.
6. Практические приемы. Необходимо провести исследование творческой лаборатории одного из журналистов с применением метода ивент-анализа. Данные обобщаются и сообщаются в ходе семинарских занятий.
7. Практические приемы. Студенты обращаются к ресурсам Интернет-порталов для поиска данных о проведенных специалистами медиаисследованиях. На семинарском занятии обсуждается вопрос о возможности использования данных в собственных исследованиях по проблематике магистерской диссертации.

6.3. Индикаторы сформированности 3.1.- 3.2. – 3.3.

Примерные темы для письменных работ

1. Логико-математические методы в исследованиях коммуникации.
2. Методы и методики накопления эмпирического материалы.
3. Наблюдение в исследованиях коммуникативных структур и процессов.
4. Эксперимент в исследованиях коммуникативных структур и процессов.
5. Кодексы профессионального поведения и этики в социологических исследованиях коммуникации.
6. Основные этапы исследований коммуникативных процессов.
7. Планирование программы исследования коммуникативной сферы.
8. Реализация исследований структур, механизмов и процессов коммуникации.
9. Обработка и анализ данных в исследованиях коммуникации.
10. Подготовка аналитического отчёта.
11. Информационное обеспечение рекламы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы к рабочей программе дисциплины (модуля) приведены в Приложении 1 «Фонд оценочных средств». Методические материалы к рабочей программе дисциплины (модуля) приведены в Приложении 2.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**8.1. Рекомендуемая литература****8.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во/ доступность
Л.1.1	Володенков С.В.	Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления	М.: Проспект, 2015	5
Л.1.2	Папкова О.В.	Деловые коммуникации : учебник	М. : Вузовский учебник ИНФРА-М, 2018	5
Л.1.3	Гаршис Е.Я.	Контент-анализ: Принципы методологии.	М.: Книжный дом «ЛИБРИКОН», 2014	5

8.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во/ доступность
Л.2.1	Батыгин Г.С.	Лекции по методологии социологических исследований: Учеб. Для высш. учеб. Заведений.	М.: Аспект Пресс, 1995	100%
Л.2.2.	Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л. Шкондин М.В. (ред.)	Средства массовой информации России.	М.: Аспект-пресс, 2005.	4
Л.2.3	Землянова Л.М.	Коммуникативистика и средства информации: Англо- русский толковый словарь концепций и терминов.	М.: Издательство МГУ, 2004.	4
Л.2.4	Науменко Т.В.	Социология массовой коммуникации.	СПб.: Питер, 2005.	4
Л.2.5	Новиков, А. М.	Методология научного исследования [Электронный ресурс] / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – (ЭБС Университетская библиотека-online).	М.: Либроком, 2010.	4
Л.2.6	Назаров М.М.	Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практики исследований / Ин-т социологии РАН.- 2 изд., испр.	М.: Эдиториал УРСС, 2002.	4
Л.2.7.	Федотова Л.Н.	Социология массовой коммуникации.	СПб.: Питер, 2004.	4
Л.2.8.	Черных А.И.	Социология массовых коммуникаций. Учебное пособие.	М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008.	4
Л.2.9.	Шариков А.В.	Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. -	М.: Изд-во Академии педагог. наук, 1990.	4
Л2.10	Девятко И.Ф.	Методы социологического исследования.	Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998	100%
Л2.11	Капустина Е.Г.	Методы исследования социальных коммуникаций: сборник учебно-методических материалов.	СПб.: Интерсоцис, 2006	100%
Л2.12	Татарова Г.Г.	Методология анализа данных в социологии (введение)/ Учебн. Пособие для вузов.	М.: Издательский дом «Стратегия», 1998	100%
Л2.13	Толстова Ю.Н.	Измерение в социологии: Курс лекций .	М.: ИНФРА-М, 1998.	100%
Л2.14	Федотова Л.Н.	Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации.	М.: Научный мир, 2001	100%
Л2.15	Дридзе Т.М.	Организация и методы лингвopsихосоциологического исследования массовой коммуникации.	М.: изд МГУ, 1979.	100%
Л2.16	Дридзе Т.М.	Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации.	М.: Наука, 1984.	100%
Л2.17	Адамьянц Т.З.	Социальная коммуникация.	М.: Издательство «Дрофа», 2009.	100%

8.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во/ доступность
--	---------------------	----------	-------------------	---------------------

ЛЗ.1	Рождественский А.Н.	Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях с помощью статистического пакета SPSS 14.0 /Учебное пособие.	СПб.: Интерсоцис, 2008	100%
ЛЗ.2	Аверьянов Л.Я.	Контент-анализ: учебное пособие/ Л.Я. Аверьянов	М.: КНОРУС, 2009	100%

8.2. Электронные образовательные ресурсы

Э1	«Университетская библиотека on-line» http://biblioclub.ru/			
Э.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. www.mediascope.ru 2. www.medialogia.ru 3. www.mediaguide.ru 4. www.editorsweblog.ru 5. www.gipp.ru 6. www.WAN-PRESS.RU 7. www.wan-press.org/Home 8. www.gdf.ru 9. www.mediocratia.ru 10. www.smi.ru 			
Э.3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Библиографическая база данных «Ingenta» - http://www.ingenta.com/ 2. Базы данных «ИНИОН» - http://www.inion.ru/ 3. База данных SciSearch - http://thomsonscientific.com/ 4. База данных Dialog - http://www.dialog.com/ 5. Библиотека РГИУ – http://www.vusnet.ru/biblio/ 6. Большая научная библиотека - http://sci-lib.com/ 7. Научная электронная библиотека - http://www.elibrary.ru/ 8. Каталог научных публикаций - http://www.scholar.ru/ 9. Библиотека конгресса США - http://www.loc.gov/ 10. Научная поисковая система Scirus - http://www.scirus.com/ 11. Научная поисковая система Scholar - http://scholar.google.com/ 12. Поисковая система Science Research - http://www.scienceresearch.com/search/ 13. Портал научных исследований СМИ – http://www.mediascope.ru/ 14. Новости научной журналистики - http://sciencejournalist.ru/ 15. МедиаСпрут - http://www.mediasprut.ru/ 16. Право и СМИ - http://www.medialaw.ru/ 17. Центр экстремальной журналистики – http://cjes.ru/ 18. Гильдия издателей периодической печати – http://www.gipp.ru/ 			
Э.4	<ol style="list-style-type: none"> 1. European Journalism Centre – http://www.ejc.nl/ 2. A Journalist's Guide to the Internet – http://reporter.umd.edu/Poynter University/ 3. Университет Пойнтера – http://www.poynter.org/ 4. Сервисы TILE.NET – http://www.tile.net/news 5. Google Groups – http://groups.google.com/24 6. Yahoo Groups – http://groups.yahoo.com/ 7. Google Alerts – http://www.google.com/alerts/ 8. Yandex – подписка - http://news.yandex.ru/podpiska/login.pl 9. ProfNet - http://www.profnet.com/ 10. Поиск Экспертов - http://www.findexpert.ru/ 11. ExpertClick.com - http://www.expertclick.com/ 12. MediaBridge – http://www.alertnet.org/mediabridge/ 13. RefDesk – http://www.refdesk.com/ 14. SearchEngineWatch - http://searchenginewatch.com 15. Meta Eureka - http://www.metaeureka.com/ 16. MetaBear - http://www.metabear.ru/ 17. Google News Archive Search - http://news.google.com/archivesearch 18. PasswordSafe - http://passwordsafe.sourceforge.net/ 19. KeePass - http://keepass.info/ 20. Tor project - http://tor.eff.org Psiphon - http://psiphon.civisec.org 21. TrueCrypt - www.truecrypt.org 22. GnuPG - www.gnupg.org 23. Evaluating Internet Research Sources - http://www.virtualsalt.com/evalu8it.htm 24. Компания Ulter Systems - http://www.ultersys.ru/products_mediaresearch.asp 25. ООО «Гарант-Парк-Интернет» - http://www.rco.ru/technology.asp 26. Национальный корпус русского языка - http://www.ruscorpora.ru/ 			

8.3. Программное обеспечение

8.3.1	Программы MS Office.			
-------	----------------------	--	--	--

8.3.2	SPSS
8.3.3	Да-система

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1	Дисциплина «Методология и практика социологических исследований в сфере коммуникаций» обеспечена базовыми и дополнительными учебными материалами. Преподавание дисциплины базируется на использовании новейших информационных технологий (Интернет) и имеет необходимое техническое обеспечение (компьютеры, проектор, звуковые колонки, экран, доступ в Интернет), а также имеются доска, пишущие маркеры.
-----	---

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Государственный академический университет гуманитарных наук»
(ГАУГН)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине (модулю) «Методология и практика социологических исследований в сфере коммуникаций»

Направление подготовки 39.04.01 «Социология»

Направленность (профиль) «Методология и практика социологических исследований»

(уровень магистратуры)

Форма подготовки очная

Раздел 1 Этапы формирования и процедуры оценивания компетенций в процессе освоения ОП		
Код и формулировка компетенции	Индикаторы формирования компетенции	Процедура оценивания
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Индикатор 1.1 Знает основные принципы и подходы к изучению аудиторий и рейтингов популярности СМИ Индикатор 1.2 Знает теоретические и практические аспекты функционирования современных медиасистем России и зарубежных стран, роли массовой информации в экономической, политической, культурной сферах общества, профессиональных правилах и нормах журналистской этики, основах производственного процесса СМИ Индикатор 1.3 Знает основы прогнозирования и проектирования коммуникативных процессов	Контрольные работы
	Индикатор 2.1 Способен использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов Индикатор 2.2 Способен обрабатывать и анализировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций в области исследования коммуникаций Индикатор 2.3 Может планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работ маркетинговых служб	Семинарские занятия
	Индикатор 3.1 Владеет методами классификации средств и форм массовой коммуникации Индикатор 3.2 Обладает навыками обработки и анализа данных исследования коммуникации для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций Индикатор 3.3 Обладает навыками прогнозных и проектных технологий в области исследования общественного мнения, PR, рекламы, организационных и маркетинговых коммуникаций	Письменные работы/ эссе
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Индикатор 1.1 Способен определить ключевые понятия медиа-деятельности, правовые основы деятельности СМИ в России, инфраструктурные элементы системы СМИ, различие между понятиями «функции СМИ» и «функции журналистики» Индикатор 1.2 Знает виды и типы научных медиа исследований, принципы разработки их методологии, методики и правил организации исследования Индикатор 1.3 Знает методы анализа и интерпретации полученных данных в сфере коммуникаций	Контрольные работы
	Индикатор 2.1 Самостоятельно осуществляет научное исследование в сфере коммуникаций с использованием современных российских методов Индикатор 2.2 Самостоятельно осуществляет научное исследование в сфере коммуникаций с использованием современных международных методов Индикатор 2.3 Анализирует результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач	Семинарские занятия
	Индикатор 3.1 Способен провести социологическое исследование в сфере	Письменные работы/ эссе

	коммуникаций Индикатор 3.2 На основании полученных знаний способен заниматься аналитической теоретической и практической деятельностью в сфере коммуникаций Индикатор 3.3 Владеет методиками кластерного, факторного, корреляционного анализов в сфере исследования коммуникации	
ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов	Индикатор 1.1 Знает основные принципы и приемы медиапланирования Индикатор 1.2 Знает принципы и правила выбора для анализа оптимальных носителей PR-сообщений и рекламы и каналов распространения информации с учетом целей, и задач рекламных кампаний и PR-мероприятий Индикатор 1.3 Знает принципы и правила выбора для анализа оптимальных коммуникативных источников в исследованиях организационной структуры, управления, формальной и неформальной культуры	Контрольные работы
	Индикатор 2.1 Умеет применять основные принципы и методы медиапланирования Индикатор 2.2 Умеет эффективно использовать методику и технику количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний Индикатор 2.3 Способен использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности	Семинарские занятия
	Индикатор 3.1 Владеет навыками формирования выборочных объектов для анализа данных в PR и рекламе Индикатор 3.2 Способен применять методики и техники количественных и качественных социологических исследований в рамках подготовки, проведения и оценки PR и рекламных кампаний Индикатор 3.3 Владеет полным арсеналом научных методов и методик анализа разных типов, видов и форм коммуникации, коммуникативных процессов и практик	Письменные работы/ эссе
Трудоемкость дисциплины		4 з.е. (144 часа)
Итоговый контроль по дисциплине		Экзамен во втором семестре

Раздел 2 Разделы дисциплины, участвующие в формировании компетенций		
№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и формулировки компетенций
1.	Раздел 1. Основные направления эмпирических исследований коммуникации и СМК.	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов
2.	Раздел 2. Исследования языка, методология и методы анализа текстов.	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов

3.	Раздел 3. Методологические принципы исследования коммуникации.	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов
4.	Раздел 4. Методы анализа данных в исследованиях коммуникации.	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели ПК-1. Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии (в соответствии с профилем магистратуры) и решать их с помощью современных исследовательских методов

Раздел 3 Разделы дисциплины участвующие в формировании компетенций

3.1. Типовые вопросы для промежуточного контроля в семестре

1. Компоненты коммуникации как предмет исследования.
2. Эмпирико-функционалистский подход к исследованию коммуникации.
3. Критическая теория коммуникации.
4. Методы структурной лингвистики.
5. Коммуникативистика: теоретические концепции и методы.
6. Культурологические подходы к анализу коммуникативных структур, механизмов и процессов.
7. Медиаметрия.
8. Основные методы анализа теорий СМИ.
9. Концептуальные приемы научных исследований коммуникации.
10. Анализ материалов СМИ.
11. Техника проведения научных исследований (основные приемы).
12. Основные научные течения и школы исследования СМИ.
13. Ведущие «западные» и отечественные исследователи СМИ и СМК: методологические подходы и новаторство.
14. Методика исследования новых сфер функционирования массовой информации (специализированных, тематических СМИ, сетевых СМИ, блогосферы...).
15. Описание, типология и классификация новых или модернизированных, в том числе конвергентных СМИ.
16. Опыт зарубежных и отечественных исследований.
17. Качественные методы исследования коммуникации.
18. Количественные методы исследования коммуникации.
19. Методологический подход и методика исследования конкретной научной проблемы (по теме магистерской диссертации)

3.2. Примерные темы для обсуждения на занятиях в семестре

1. Типы информации о коммуникативных структурах, механизмах и процессах. Диагностика коммуникативных структур, механизмов и процессов. Методы выявления деформаций коммуникативных структур.
2. Наблюдение. Эксперимент.
3. Опрос. Фокус-группа.
4. Метод экспертных оценок.
5. Подготовка данных к обработке. Методы анализа данных.
6. Распределение вероятностей и проверка гипотез.
7. Корреляционный и регрессионный анализ. Вариация и ковариация. Возможности использования дискриминантного, факторного, кластерного анализов.
8. Компьютерные программы обработки данных.
9. Методы исследования процессов принятия решения потребителем
10. Методы анализа рекламы, ПР, маркетинговых коммуникаций.
11. Программные продукты для статистической обработки данных исследований коммуникации.

3.3. Примерные темы для письменных работ и/или типовые вопросы для экзамена, оценивающие сформированность компетенций

Примерные вопросы для подготовки к экзамену (УК-2, УК-3, ПК-1)

1. Логико-математические методы в исследованиях коммуникации.
2. Методы и методики накопления эмпирического материала.
3. Наблюдение в исследованиях коммуникативных структур и процессов.
4. Эксперимент в исследованиях коммуникативных структур и процессов.
5. Кодексы профессионального поведения и этики в социологических исследованиях коммуникации.
6. Основные этапы исследований коммуникативных процессов.
7. Планирование программы исследования коммуникативной сферы.
8. Реализация исследований структур, механизмов и процессов коммуникации.
9. Обработка и анализ данных в исследованиях коммуникации.

10. Подготовка аналитического отчёта.

11. Информационное обеспечение рекламы.

12. Классификация методов исследований коммуникации.

Раздел 4 Шкала и критерии оценивания сформированности компетенций		
Оценка	Проявление компетенции	Описание
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	-	Ставится обучающемуся, не овладевшему ни одним из элементов компетенции, т.е. обнаружившему существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине, допустившему принципиальные ошибки при применении теоретических знаний, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данной дисциплине
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Индикаторы 1.1-1.2-1.3.	Ставится обучающемуся, проявившему знания основного программного материала по дисциплине в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допустившему неточности в ответе на экзамене, но в основном обладающему необходимыми знаниями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора
ХОРОШО	Индикаторы 1.1-1.2-1.3. Индикаторы 2.1-2.2-2.3	Ставится обучающемуся, проявившему полное знание программного материала по дисциплине, освоившему основную рекомендованную литературу, обнаружившему стабильный характер знаний и умений и способному к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности
ОТЛИЧНО	Индикаторы 1.1-1.2-1.3. Индикаторы 2.1-2.2-2.3 Индикаторы 3.1-3.2-3.3	Ставится обучающемуся, проявившему всесторонние и глубокие знания программного материала по дисциплине, освоившему основную и дополнительную литературу, обнаружившему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний.
ЗАЧТЕНО	Индикаторы 1.1-1.2-1.3.	Соответствует критериям оценок от «удовлетворительно» и выше
НЕ ЗАЧТЕНО	-	Соответствует критерию оценки «неудовлетворительно».

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Государственный академический университет гуманитарных наук»
(ГАУГН)

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по дисциплине (модулю) «Методология и практика социологических исследований»**

Направление подготовки	39.04.01 «Социология»
Закреплена за кафедрой	Методологии и методов социологических исследований
Учебный план	Рабочий учебный план по направлению подготовки 39.04.01 «Социология» (уровень магистратуры) направленность (профиль) «Методология и практика социологических исследований»
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	4 з.е.
Часов по учебному плану	144
В том числе:	
Аудиторные занятия	72
Самостоятельная работа	36
Виды контроля в семестрах	Экзамен во втором семестре

Раздел 1. Основные направления эмпирических исследований коммуникации и СМК.

Тема 1. Методологические особенности исследования межличностной, межгрупповой (организационной) и массовой коммуникации. Качественные, количественные и смешанные стратегии

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к семинарскому занятию:

Типы информации о коммуникативных структурах, механизмах и процессах. Диагностика коммуникативных структур, механизмов и процессов. Методы выявления деформаций коммуникативных структур

Тема 2. Коммуникатор и коммуникант: социологические способы их изучения. Метод семантического дифференциала, репертуарные решетки Дж.Келли

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к дискуссии «Эмпирико-функционалистский подход к исследованию коммуникации».

Тема 3. Опрос (анкетирование, инетвьюирование) в сфере исследований коммуникации. Методики тестирования. Социометрия

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка письменного задания:

Обзор теоретических концепций исследований коммуникации, базирующихся на общенаучных методах и принципах социально-гуманитарных исследований: наблюдении, этнометодологии, социальном эксперименте, биографическом, идеографическом, монографическом методах, сравнительном (компаративистском) методе, проективных и игровых методах, тестировании, социометрии, медиаметрии, иконографии и др.

- Обсуждение возможности практического использования теоретических концепций исследований коммуникации в собственной исследовательской работе.

Тема 4. Методология и методы исследования аудитории

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка презентации о методах исследования различных видов аудитории с приведением примеров.

Тема 5. Методы экспертных оценок в сфере исследования коммуникации

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к семинарскому занятию.
- Подготовка к дискуссии «Метод экспертных оценок – плюсы и минусы».

Тема 6. Наблюдение и эксперимент в сфере исследования коммуникации и СМК

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка конспекта: «Кодексы профессионального поведения и этики в социологических исследованиях коммуникации»

Тема 7. Особенности метода и разновидности фокус-групп в сфере исследования коммуникации

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к дискуссии «Эффективность исследования коммуникации методами фокус-групп».

Тема 8. Методы исследований эффектов и эффективности СМК, рекламы, ПР

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.

- Подготовка к семинарскому занятию «Методы анализа рекламы, ПР, маркетинговых коммуникаций».

Тема 9. Методолого-методические особенности исследований коммуникативных технологий (реклама, ПР, маркетинговые коммуникации)

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к семинарскому занятию «Методы анализа рекламы, ПР, маркетинговых коммуникаций».
- Подготовка проекта в группах по 3-4 студента:

Провести фокусированное интервью по поводу просмотра телевизионных сюжетов и обработать данные. Содержание материалов анализируется и методом семантического дифференциала. Результаты докладываются на семинарском занятии.

Тема 10. Методолого-методические особенности исследований коммуникативных и управленческих структур организаций

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к семинарскому занятию.
- Подготовка письменной работы с обзором деятельности ПР-службы на примере одной из российских публичных компаний.

Тема 11. Методолого-методические особенности исследований политической, экономической, научной, повседневной и др. видов коммуникации

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к семинарскому занятию.
- Подготовка конспекта об особенностях основных видов коммуникаций.

Рекомендуемая литература к разделу 1:

1. Аверченков, В.И. Основы научного творчества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. И. Аверченков, Ю. А. Малахов. - 2-е изд., стер. (ЭБС Университетская библиотека- online). М.: Флинта, 2011.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие. М.: ФГАНУ «Центр социологических исследований, ИС РАН, 2012.
3. Таршис Е.Я. Контент-анализ: Принципы методологии. М.: Книжный дом «ЛИБРИКОН», 2014
4. Засурский Я.Н., Варганова Е.Л. Шкондин М.В. (ред.) Средства массовой информации России. М.: Аспект-пресс, 2005.
5. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо- русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Издательство МГУ, 2004.
6. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2005.
7. Новиков, А. М. Методология научного исследования [Электронный ресурс] / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – (ЭБС Университетская библиотека- online). М.: Либроком, 2010.
8. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практики исследований / Ин-т социологии РАН.- 2 изд., испр. М.: Эдиториал УРСС, 2002.
9. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2004.
10. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. Учебное пособие. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008.
11. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998
12. Капустина Е.Г. Методы исследования социальных коммуникаций: сборник учебно-методических материалов. СПб.: Интерсоцис, 2006
13. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001
14. Дридзе Т.М. Организация и методы лингвосоциологического исследования массовой коммуникации. М.: изд МГУ, 1979.
15. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984.
16. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. М.: Издательство «Дрофа», 2009.

Электронные образовательные ресурсы к разделу 1:

1. Библиографическая база данных «Ingenta» - <http://www.ingenta.com/>
2. Базы данных «ИНИОН» - <http://www.inion.ru/>
3. База данных SciSearch - <http://thomsonscientific.com/>
4. База данных Dialog - <http://www.dialog.com/>
5. Библиотека РГИУ – <http://www.vusnet.ru/biblio/>
6. Большая научная библиотека - <http://sci-lib.com/>
7. Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>
8. Каталог научных публикаций - <http://www.scholar.ru/>
9. Библиотека конгресса США - <http://www.loc.gov/>

10. Поисковая система Science Research - <http://www.scienceresearch.com/search/>
11. Портал научных исследований СМИ – <http://www.mediascope.ru/>
12. Новости научной журналистики - <http://sciencejournalist.ru/>
13. Право и СМИ - <http://www.medialaw.ru/>
14. Центр экстремальной журналистики – <http://cjes.ru/>
15. European Journalism Centre – <http://www.ejc.nl/>
16. A Journalist's Guide to the Internet – [http://reporter.umd.edu/Poynter University/](http://reporter.umd.edu/Poynter%20University/)
17. Сервисы TILE.NET – <http://www.tile.net/news>
18. ProfNet - <http://www.profnet.com/>
19. Поиск Экспертов - <http://www.findexpert.ru/>
20. ExpertClick.com - <http://www.expertclick.com/>
21. MediaBridge – <http://www.alertnet.org/mediabridge/>
22. Evaluating Internet Research Sources - <http://www.virtualsalt.com/evalu8it.htm>
23. Компания Ulter Systems - http://www.ulter.sys.ru/products_mediaresearch.asp
24. ООО «Гарант-Парк-Интернет» - <http://www.rco.ru/technology.asp>
25. Национальный корпус русского языка - <http://www.ruscorpora.ru/>

Раздел 2. Исследования языка, методология и методы анализа текстов.

Тема 1. Методологические аспекты исследования языка. Социолингвистика, лингвопсихология, семиосоциопсихология

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к семинарскому занятию.

Тема 2. Контент-анализ, дискурс-анализ, мотивационно-целевой анализ текстов СМИ

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка письменной работы:

Необходимо провести сравнительный контент-анализ, дискурс и мотивационно-целевой анализ текстов газет, обработать данные и представить выводы. Итог обсуждается на семинарском занятии.

Тема 3. Особенности методов сбора и анализа данных в мониторингах. Классификации мониторингов

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка мониторинга ведущих деловых и отраслевых СМИ за прошедшую неделю на актуальную тему. Темы для мониторинга готовятся преподавателем непосредственно перед началом изучения темы 14.

Рекомендуемая литература к разделу 2:

1. Аверченков, В.И. Основы научного творчества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. И. Аверченков, Ю. А. Малахов. - 2-е изд., стер. (ЭБС Университетская библиотека- online). М.: Флинта, 2011.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие. М.: ФГАНУ «Центр социологических исследований, ИС РАН, 2012.
3. Таршис Е.Я. Контент-анализ: Принципы методологии. М.: Книжный дом «ЛИБРИКОН», 2014
4. Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л. Шкондин М.В. (ред.) Средства массовой информации России. М.: Аспект-пресс, 2005.
5. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо- русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Издательство МГУ, 2004.
6. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2005.
7. Новиков, А. М. Методология научного исследования [Электронный ресурс] / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – (ЭБС Университетская библиотека- online). М.: Либроком, 2010.
8. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практики исследований / Ин-т социологии РАН.- 2 изд., испр. М.: Эдиториал УРСС, 2002.
9. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2004.
10. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. Учебное пособие. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008.
11. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998
12. Капустина Е.Г. Методы исследования социальных коммуникаций: сборник учебно-методических материалов. СПб.: Интерсоцис, 2006
13. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001
14. Дридзе Т.М. Организация и методы лингвопсихосоциологического исследования массовой коммуникации. М.: изд МГУ, 1979.
15. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984.

16. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. М.: Издательство «Дрофа», 2009.

Электронные образовательные ресурсы к разделу 2:

1. Библиографическая база данных «Ingenta» - <http://www.ingenta.com/>
2. Базы данных «ИНИОН» - <http://www.inion.ru/>
3. База данных SciSearch - <http://thomsonscientific.com/>
4. База данных Dialog - <http://www.dialog.com/>
5. Библиотека РГИУ – <http://www.vusnet.ru/biblio/>
6. Большая научная библиотека - <http://sci-lib.com/>
7. Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>
8. Каталог научных публикаций - <http://www.scholar.ru/>
9. Библиотека конгресса США - <http://www.loc.gov/>
10. Поисковая система Science Research - <http://www.scienceresearch.com/search/>
11. Портал научных исследований СМИ – <http://www.mediascope.ru/>
12. Новости научной журналистики - <http://sciencejournalist.ru/>
13. Право и СМИ - <http://www.medialaw.ru/>
14. Центр экстремальной журналистики – <http://cjes.ru/>
15. European Journalism Centre – <http://www.ejc.nl/>
16. A Journalist's Guide to the Internet – [http://reporter.umd.edu/Poynter University/](http://reporter.umd.edu/Poynter%20University/)
17. Сервисы TILE.NET – <http://www.tile.net/news>
18. ProfNet - <http://www.profnet.com/>
19. Поиск Экспертов - <http://www.findexpert.ru/>
20. ExpertClick.com - <http://www.expertclick.com/>
21. MediaBridge – <http://www.alertnet.org/mediabridge/>
22. Evaluating Internet Research Sources - <http://www.virtualsalt.com/evalu8it.htm>
23. Компания Ulter Systems - http://www.ultersys.ru/products_mediaresearch.asp
24. ООО «Гарант-Парк-Интернет» - <http://www.rco.ru/technology.asp>
25. Национальный корпус русского языка - <http://www.ruscorpora.ru/>

Раздел 3. Методологические принципы исследования коммуникации

Тема 1. Междисциплинарный подход, комплексная диагностика и смешивание методов с сфере исследования коммуникации

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к дискуссии: «Планирование программы исследования коммуникативной сферы».

Тема 2. Медиапланирование. Определение и процесс медиапланирования. Функции и обязанности медиапленера. Роль медиапланирования в рекламной и маркетинговой коммуникации. Рекламный рынок России. Структура медиа агентств. Функции отделов медиа агентства. Ключевые термины и показатели в медиапланировании.

Исследования в медиапланировании. Особенности измерения медиапоказателей и потребительского поведения целевых аудиторий

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка письменной работы о проведенных специалистами медиаисследованиях, имеющихся в открытом доступе.
- Подготовка к семинарскому занятию, на котором будет обсуждаться вопрос о возможности использования данных в собственных исследованиях по проблематике магистерской диссертации.

Рекомендуемая литература к разделу 3:

1. Аверченков, В.И. Основы научного творчества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. И. Аверченков, Ю. А. Малахов. - 2-е изд., стер. (ЭБС Университетская библиотека- online). М.: Флинта, 2011.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социологи: методология и методы: интерактивное учебное пособие. М.: ФГАНУ «Центр социологических исследований, ИС РАН, 2012.
3. Таршис Е.Я. Контент-анализ: Принципы методологии. М.: Книжный дом «ЛИБРИКОН», 2014
4. Засурский Я.Н., Варганова Е.Л. Шкондин М.В. (ред.) Средства массовой информации России. М.: Аспект-пресс, 2005.
5. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо- русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Издательство МГУ, 2004.
6. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2005.
7. Новиков, А. М. Методология научного исследования [Электронный ресурс] / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – (ЭБС Университетская библиотека- online). М.: Либроком, 2010.
8. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практики исследований / Ин-т социологии РАН.- 2 изд., испр. М.: Эдиториал УРСС, 2002.
9. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2004.
10. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. Учебное пособие. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008.

11. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998
12. Капустина Е.Г. Методы исследования социальных коммуникаций: сборник учебно-методических материалов. СПб.: Интерсоцис, 2006
13. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001
14. Дридзе Т.М. Организация и методы лингвосоциологического исследования массовой коммуникации. М.: изд МГУ, 1979.
15. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984.
16. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. М.: Издательство «Дрофа», 2009.

Электронные образовательные ресурсы к разделу 3:

1. Библиографическая база данных «Ingenta» - <http://www.ingenta.com/>
2. Базы данных «ИНИОН» - <http://www.inion.ru/>
3. База данных SciSearch - <http://thomsonscientific.com/>
4. База данных Dialog - <http://www.dialog.com/>
5. Библиотека РГИУ – <http://www.vusnet.ru/biblio/>
6. Большая научная библиотека - <http://sci-lib.com/>
7. Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>
8. Каталог научных публикаций - <http://www.scholar.ru/>
9. Библиотека конгресса США - <http://www.loc.gov/>
10. Поисковая система Science Research - <http://www.scienceresearch.com/search/>
11. Портал научных исследований СМИ – <http://www.mediascope.ru/>
12. Новости научной журналистики - <http://sciencejournalist.ru/>
13. Право и СМИ - <http://www.medialaw.ru/>
14. Центр экстремальной журналистики – <http://cjes.ru/>
15. European Journalism Centre – <http://www.ejc.nl/>
16. A Journalist's Guide to the Internet – [http://reporter.umd.edu/Poynter University/](http://reporter.umd.edu/Poynter%20University/)
17. Сервисы TILE.NET – <http://www.tile.net/news>
18. ProfNet - <http://www.profnet.com/>
19. Поиск Экспертов - <http://www.findexpert.ru/>
20. ExpertClick.com - <http://www.expertclick.com/>
21. MediaBridge – <http://www.alertnet.org/mediabridge/>
22. Evaluating Internet Research Sources - <http://www.virtualsalt.com/evalu8it.htm>
23. Компания Ulter Systems - http://www.ulterys.ru/products_mediaresearch.asp
24. ООО «Гарант-Парк-Интернет» - <http://www.rco.ru/technology.asp>
25. Национальный корпус русского языка - <http://www.ruscorpora.ru/>

Раздел 4. Методы анализа данных в исследованиях коммуникации

Тема 17. Корреляционный, факторный, детерминационный анализы в исследованиях коммуникативных структур и процессов

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к семинарскому занятию по теме: «Методы анализа данных в исследованиях коммуникации».

Тема 18. Дисперсионный, латентно-структурный анализ. Метод импликационных шкал в исследовании коммуникативных структур и процессов

Задание:

- Изучение рекомендуемой литературы по теме занятия.
- Подготовка к семинарскому занятию по теме: «Методы анализа данных в исследованиях коммуникации».
- Подготовка презентации по одному из видов анализа, применяемого в исследовании коммуникации (Корреляционный, факторный, детерминационный, дисперсионный, латентно-структурный анализ, метод импликационных шкал).

Рекомендуемая литература к разделу 4:

1. Аверченков, В.И. Основы научного творчества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. И. Аверченков, Ю. А. Малахов. - 2-е изд., стер. (ЭБС Университетская библиотека- online). М.: Флинта, 2011.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социологи: методология и методы: интерактивное учебное пособие. М.: ФГАНУ «Центр социологических исследований, ИС РАН, 2012.
3. Таршиш Е.Я. Контент-анализ: Принципы методологии. М.: Книжный дом «ЛИБРИКОН», 2014
4. Засурский Я.Н., Варганова Е.Л. Шкондин М.В. (ред.) Средства массовой информации России. М.: Аспект-пресс, 2005.
5. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо- русский толковый словарь концепций и

терминов. М.: Издательство МГУ, 2004.

6. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2005.
7. Новиков, А. М. Методология научного исследования [Электронный ресурс] / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – (ЭБС Университетская библиотека- online). М.: Либроком, 2010.
8. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практики исследований / Ин-т социологии РАН.- 2 изд., испр. М.: Эдиториал УРСС, 2002.
9. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2004.
10. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. Учебное пособие. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008.
11. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998
12. Капустина Е.Г. Методы исследования социальных коммуникаций: сборник учебно-методических материалов. СПб.: Интерсоцис, 2006
13. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001
14. Дридзе Т.М. Организация и методы лингвосоциологического исследования массовой коммуникации. М.: изд МГУ, 1979.
15. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука, 1984.
16. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. М.: Издательство «Дрофа», 2009.

Электронные образовательные ресурсы к разделу 4:

1. Библиографическая база данных «Ingenta» - <http://www.ingenta.com/>
2. Базы данных «ИНИОН» - <http://www.inion.ru/>
3. База данных SciSearch - <http://thomsonscientific.com/>
4. База данных Dialog - <http://www.dialog.com/>
5. Библиотека РГИУ – <http://www.vusnet.ru/biblio/>
6. Большая научная библиотека - <http://sci-lib.com/>
7. Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>
8. Каталог научных публикаций - <http://www.scholar.ru/>
9. Библиотека конгресса США - <http://www.loc.gov/>
10. Поисковая система Science Research - <http://www.scienceresearch.com/search/>
11. Портал научных исследований СМИ – <http://www.mediascope.ru/>
12. Новости научной журналистики - <http://sciencejournalist.ru/>
13. Право и СМИ - <http://www.medialaw.ru/>
14. Центр экстремальной журналистики – <http://cjes.ru/>
15. European Journalism Centre – <http://www.ejc.nl/>
16. A Journalist's Guide to the Internet – [http://reporter.umd.edu/Poynter University/](http://reporter.umd.edu/Poynter%20University/)
17. Сервисы TILE.NET – <http://www.tile.net/news>
18. ProfNet - <http://www.profnet.com/>
19. Поиск Экспертов - <http://www.findexpert.ru/>
20. ExpertClick.com - <http://www.expertclick.com/>
21. MediaBridge – <http://www.alertnet.org/mediabridge/>
22. Evaluating Internet Research Sources - <http://www.virtualsalt.com/evalu8it.htm>
23. Компания Ulter Systems - http://www.ulterys.ru/products_mediaresearch.asp
24. ООО «Гарант-Парк-Интернет» - <http://www.rco.ru/technology.asp>
25. Национальный корпус русского языка - <http://www.ruscorpora.ru/>

2. План-график выполнения самостоятельной работы

Наименование темы	Количество часов	Форма отчетности	Срок контроля
Раздел 1. Тема 1. Методологические особенности исследования межличностной, межгрупповой (организационной) и массовой коммуникации. Качественные, количественные и смешанные стратегии.	2	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 1
Раздел 1. Тема 2. Коммуникатор и коммуникант: социологические способы их изучения. Метод семантического дифференциала, репертуарные решетки Дж.Келли.	2	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 1
Раздел 1. Тема 3 Опрос (анкетирование, интerviьюирование) в сфере исследований коммуникации. Методики тестирования. Социометрия.	2	Письменное задание. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 1
Раздел 1. Тема 4. Методология и методы исследования аудитории.	2	Презентация. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 2
Раздел 1. Тема 5. Методы экспертных оценок в сфере исследования коммуникации.	2	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 2

Раздел 1. Тема 6. Наблюдение и эксперимент в сфере исследования коммуникации и СМК.	2	Конспект. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 2
Раздел 1. Тема 7. Особенности метода и разновидности фокус-групп в сфере исследования коммуникации.	2	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 3
Раздел 1. Тема 8. Методы исследований эффектов и эффективности СМК, рекламы, ПР.	2	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 3
Раздел 1. Тема 9. Методолого-методические особенности исследований коммуникативных технологий (реклама, ПР, маркетинговые коммуникации).	2	Проект. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 3
Раздел 1. Тема 10. Методолого-методические особенности исследований коммуникативных и управленческих структур организаций.	2	Письменная работа. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 4
Раздел 1. Тема 11. Методолого-методические особенности исследований политической, экономической, научной, повседневной и др. видов коммуникации.	2	Конспект. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 4
Раздел 2. Тема 1. Методологические аспекты исследования языка. Социолингвистика, лингвopsихология, семиосоциопсихология.	2	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 5
Раздел 2. Тема 2. Контент-анализ, дискурс-анализ, мотивационно-целевой анализ текстов СМК.	2	Письменное задание. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 5
Раздел 2. Тема 3. Особенности методов сбора и анализа данных в мониторингах. Классификации мониторингов.	2	Мониторинг. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 5
Раздел 3. Тема 1. Междисциплинарный подход, комплексная диагностика и смешивание методов с сфере исследования коммуникации.	2	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 6
Раздел 3. Тема 2. Медиапланирование. Определение и процесс медиапланирования. Функции и обязанности медиапленера. Роль медиапланирования в рекламной и маркетинговой коммуникации. Рекламный рынок России. Структура медиа агентств. Функции отделов медиа агентства. Ключевые термины и показатели в медиапланировании. Исследования в медиапланировании. Особенности измерения медиапоказателей и потребительского поведения целевых аудиторий	2	Письменная работа. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 6
Раздел 4. Тема 1. Корреляционный, факторный, детерминационный анализы в исследованиях коммуникативных структур и процессов.	2	Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 7
Раздел 4. Тема 2. Дисперсионный, латентно-структурный анализ. Метод импликационных шкал в исследовании коммуникативных структур и процессов.	2	Презентаций. Обсуждение проблемных вопросов	Семинарское занятие № 7
ВСЕГО:	36		