

СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ: ПРОБЛЕМАТИКА И МЕТОДОЛОГИЯ

Освоение программы дисциплины ставит целью формирование у студентов представлений о наиболее актуальных вопросах, решаемых исследователями рекламы и связей с общественностью, а также о методах, которые используются при проведении исследований в этих областях.

Дисциплина «Современные исследования связей с общественностью и рекламы: проблематика и методология» относится к вариативной части ОПОП и изучается во 2 семестре.

Материал курса встраивается в систему знаний об исследованиях СМИ и журналистики, получаемых в процессе изучения предшествующих и параллельно читаемых дисциплин базовой части ОПОП, а также связан с комплексом знаний, получаемых в рамках программ по стратегическим коммуникациям и при реализации дисциплин «Научно-исследовательская работа».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа). Из них: 16 часов – аудиторная нагрузка, 56 часов – самостоятельная работа студентов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Форма текущего контроля промежуточной аттестации
1.	Научно-исследовательская работа в стратегических коммуникациях	
2.	Проектно-исследовательские методы в коммуникационном менеджменте	
3.	Методы исследований рекламы и связей с общественностью в интернете	
4.	Медиапсихологическая экспертиза рекламы и связей с общественностью	
5	Методы социологических исследований рекламы и связей с общественностью	
		Зачет