

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 04.06.2026 16:39:05

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«28» мая 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.04.12 МЕДИАКОММУНИКАЦИОННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для направления подготовки:

42.03.05 Медиакоммуникации

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационный

Направленность (профиль):

«Продюсирование мультимедиа проектов»

Формы обучения:

очная

Москва – 2026

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у обучающихся системы теоретических знаний о сущности медиакommunikационных исследований в профессиональной сфере и практических навыков их проведения.

Задачи:

- предоставление студентам исчерпывающих знаний по основам теории и методологии проведения медиакommunikационных исследований и производства;
- обучение студентов применению методов сбора вторичных и первичных данных, оформлению и обобщению собранных данных, их анализу и формулированию на этой основе новых знаний о складывающихся на рынках ситуациях;
- обучение студентов методам разработки и обоснования управленческих решений на основе результатов исследований и анализа ситуаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 3 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-2 – Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-2 – Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знает: политико-правовые процессы происходившие в различные этапы развития человеческого общества; систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Умеет: применять правовую информацию для анализа отношений возникающих в современном обществе Владеет: пониманием структуры систем общественных

		и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития
ОПК-5 – Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 - Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Умеет: применять в профессиональной деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Владеет: навыком применения в профессиональной деятельности совокупностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	ОПК-5.2 - Осуществляет свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знает: свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Умеет: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной

		медиакommunikационной системы
--	--	-------------------------------

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Медиакommunikационные исследования» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.05 Медиакommunikации, составляет: 2 зачетные единицы (72 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	36
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	36
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачет с оценкой – 3 семестр
Трудоемкость (час.)	
Общая трудоемкость з.е. / часов	2 з.е. / 72 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Методологические основы медиаисследований	4	4	-	8
2	Общая характеристика методов сбора и анализа данных	10	10	-	20
3	Исследовательские отчеты	4	4	-	8
Итого (часов)		18	18	-	36
Форма контроля:		зачет с оценкой			-
Всего по дисциплине:		72 / 2 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методологические основы медиаисследований

Общая характеристика методики и техники медиаисследований. Структура процесса медиаисследований. Специфика постановки проблемы в медиаисследованиях. Характеристика исследовательских проектов в сфере медиа

Тема 2. Общая характеристика методов сбора и анализа данных

Качественные методы сбора данных в медиаисследованиях. Количественные методы сбора данных в медиаисследованиях. Формирование выборки в медиаисследованиях. Анализ данных в медиаисследованиях.

Тема 3. Исследовательские отчеты

Основные требования к составлению исследовательских отчетов. Прикладные вопросы медиаисследований

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Шевченко, Д. А. Исследования коммуникации: ATL, BTL, PR : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 232 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701345>
2. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2025. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=723866>

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.hr-life.ru> - HR-Life.ru - специализированный ресурс для менеджеров по персоналу и руководителей
10. www.aup.ru - административно-управленческий портал (предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий)
11. <http://www.consulting.ru> - Интернет-еженедельник CONSULTING.RU
12. <https://psyera.ru/articles/psihologiya-upravleniya> - база данных по психологии управления, маркетингу и другим гуманитарно-правовым наукам
13. <https://hbr-russia.ru/karera/kommunikatsii> - информационно-аналитические статьи ежемесячного научно-популярного журнала «Harvard Business Review», посвященные коммуникациям в организации
14. www.businesstest.ru - коллекция тестов, помогающих оценить деловые и личные качества, психологическое состояние, и по итогам анализа скорректировать поведение и изменить ситуацию
15. <https://psyera.ru/articles/iskusstvo-obshcheniya> - статьи по искусству делового общения
16. <http://club-energy.ru/c.php> - библиотека успешного бизнесмена «Деловые коммуникации»

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 424

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

– **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

– **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

– **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

– **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

– **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.О.04.12 МЕДИАКОММУНИКАЦИОННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для направления подготовки:

42.03.05 Медиакоммуникации
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационный

Направленность (профиль):

«Продюсирование мультимедиа проектов»

Формы обучения:

очная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-2 – Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знает: политико-правовые процессы происходившие в различные этапы развития человеческого общества; систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Умеет: применять правовую информацию для анализа отношений возникающих в современном обществе Владеет: пониманием структуры систем общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития
ОПК-5 – Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 - Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Умеет: применять в профессиональной деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Владеет: навыком применения в профессиональной деятельности совокупностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	ОПК-5.2 - Осуществляет свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов	Знает: свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной

	функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	медиакоммуникационной системы Умеет: осуществлять свои профессиональные действия с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Владеет: навыком осуществления своих профессиональных действий с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
--	---	---

Показатели оценивания результатов обучения

Результат обучения	Критерии оценивания результатов обучения (показатели успешности по уровням освоения)			
	Компетенция не сформирована	Базовый уровень сформированности компетенции	Средний уровень сформированности компетенции	Повышенный уровень сформированности компетенции
ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы	Сформированные структурированные знания
УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частично освоенное умение	В основном освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение	Полностью освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение
НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частично владеет навыками	В целом владеет навыком	Свободно владеет навыком

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Что является целью медиаисследования?

- а. Создать информационно-аналитическую базу для принятия маркетинговых решений б.
- б. Совершенствовать общее представление о медиа, как явлении и процессе
- в. Получить информацию о конкурентах

Ответ: а

Вопрос 2. Объективность как принцип исследования – это:

- а. учет возможных погрешностей при измерении того или иного явления
- б. получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения

в. изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Ответ: а

Вопрос 3. Данные исследований компании Mediascop – это

а. результаты синдикативных исследований

б. первичная информации

в. заказное корпоративное исследование

Ответ: а

Вопрос 4. Вид исследования, в котором изучаются медиапредпочтения аудитории – это:

а. дискриптивное

б. каузальное

Ответ: а

Вопрос 5. Принцип достоверность при проведении исследования – это:

а. соизмеримость полученных результатов с затратами на проведение исследования

б. получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения

в. изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Ответ: б

Вопрос 6. Выберите более емкое понятие:

а. исследование аудитории

б. исследование телесмотрения

в. медиаисследования

Ответ: в.

Вопрос 7. Взаимосвязанный набор систем данных, инструментов и методик, поддерживаемый программным обеспечением, с помощью которого компания собирает и интерпретирует информацию для принятия управленческих решений:

а. система собственных маркетинговых исследований

б. Маркетинговая база данных

в. Маркетинговая информационная система

Ответ: в.

Вопрос 8. Существует ли единый типовой образец МИС?

а. да

б. нет

Ответ: б

Вопрос 9. Что относится к вторичной информации?

а. результаты исследований, опубликованные в открытых источниках

б. план медиаисследования

в. инструментарий медиаисследования

Ответ: а

Вопрос 10. Что относится к качественным методам исследования?

а. составление рейтингов СМИ

б. фокус-группа

в. опрос

Ответ: б.

Вопрос 11. Ключевая характеристика дескриптивного исследования:

а. проверка причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями

б. описание тех или иных аспектов реальной маркетинговой ситуации

в. Использование только вторичной маркетинговой информации

Ответ: б

Вопрос 12. Гипотеза исследования – это:

а. определение действий по смягчению проявления проблем

б. вероятностное суждение о возможных путях решения поставленных проблем

в. аналитическое обоснование выявленных проблем

Ответ: б

Вопрос 13. В чем цель каузального исследования?

- а. в сборе предварительной информации, предназначенной для более точного определения проблемы
- б. в поиске первичной информации
- в. обосновании гипотез, определяющих содержание выявленных причинно-следственных связей

Ответ: в

Вопрос 14. Источники внешней вторичной информации:

- а. данные ABC-анализа, SWOT – анализа, информация сети торговых корреспондентов
- б. официальные отчеты фирм, специальные издания, Интернет, данные государственной статистики
- в. информация компании: отчеты, результаты исследований

Ответ: б

Вопрос 15. В чем отличие первичной информации от вторичной?

- а. собрана ранее, для других целей
- б. служит для проверки причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями
- в. собрана впервые – для конкретного исследования

Ответ: в.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА (20)

Вопрос 1. Какую роль играют медиаисследования в компании?

Ответ: Медиаисследования позволяют сформировать портрет целевой аудитории, помогают выстраивать эффективное медиапланирование, обеспечивают руководство компании своевременной и достоверной информацией при принятии управленческих решений.

Вопрос 2. Составьте определение медиаисследований.

Ответ: Медиаисследования – это систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространения и использование информации для повышения эффективности идентификации возможностей компании и решения существующих проблем.

Вопрос 3. Опишите основные этапы медиаисследования.

Ответ: Определение проблемы исследования, разработка подхода к решению проблемы, формулировка плана исследования, проведение полевых работ, подготовка и анализ данных, составление отчета.

Вопрос 4. Дайте характеристику исследованию, направленному на определение проблемы.

Ответ: Это исследование, которое предпринимается, что бы помочь идентифицировать неочевидные проблемы, либо существующие, либо такие, которые могут возникнуть в будущем.

Вопрос 5. Приведите примеры медиаисследований, направленных на решение проблемы.

Ответ: Исследования по сегментации аудитории, исследование медиапродукта, исследование каналов продвижения медиапродукта.

Вопрос 6. Приведите пример медиаисследований, направленных на определение проблемы.

Ответ: исследование потенциала медиарынка, исследование доли аудитории, исследование медиапредпочтений аудитории.

Вопрос 7. Дайте определение системе поддержки принятия решений.

Ответ: Это информационная система, которая позволяет ЛПР взаимодействовать непосредственно с базами данных и моделями анализа. Компоненты системы включают аппаратное обеспечение и коммуникационную сеть, базу ПО.

Вопрос 8. Перечислите преимущества СППР перед маркетинговой информационной системой.

Ответ: помогает при решении неструктурированных проблем, использует математические и статистические модели, имеет дружественный интерфейс, гибкие настройки.

Вопрос 9. Дайте определение внешним субъектам исследования и приведите пример.

Ответ: Это независимые компании, самостоятельно проводящие медиаисследования и привлекаемые для их проведение. Например, НАФИ, Mediascop.

Вопрос 10. Перечислите этапы плана исследования.

Ответ: Анализ вторичной информации, качественные исследования, сбор количественных данных, измерение и шкалирование, разработка инструментария, определение размера выборки, план анализа данных.

Вопрос 11. Перечислите возможные элементы исследовательского отчета.

Ответ: В отчете должны быть письменно изложены результаты и интерпретация данных, полученных в ходе исследования. Так же по запросу предоставляется отчет о ходе исследования и вся собранная для анализа информация.

Вопрос 12. Что значит «медиаметрия четырех экранов»?

Ответ: Это синхронное отслеживание телесмотрения на мобильных экранах, экранах ПК и ТВ.

Вопрос 13. Перечислите элементы системы показателей медиаизмерений телевизионной аудитории.

Ответ: рейтинг, накопленный рейтинг, средний рейтинг, доля аудитории, среднесуточная доля телеканала, охват, объем телесмотрения.

Вопрос 14. Опишите автоматизированный способ медиаизмерения телесмотрения.

Ответ: Это пиплметрия. Электронный регистратор (пиплметр) подключается к каждому телевизору в домохозяйстве, члены которого стали респондентами в исследовании.

Регистратор записывает все переключения по каналам каждого из членов домохозяйства старше 4-х лет.

Вопрос 15. В чем главная особенность телевизионных измерений?

Ответ: Главная особенность состоит в том, что отобранные респонденты опрашиваются постоянно в течение длительного периода времени, это так называемые панельные исследования. Телевизионная панель представляет собой модель реального населения на анализируемой территории.

Вопрос 16. Какие факторы влияют на объемы медиаизмерений?

Ответ: В первую очередь – объем рекламного рынка. Медиаизмерения - это валюта продажа рекламы и рекламодатели заинтересованы в проведении подобных исследований.

Второй фактор – развитие медиаинфраструктуры региона, проникновение интернета.

Третий фактор – стандарты медиаизмерений.

Вопрос 17. Опишите автоматизированные методы медианализа наружной рекламы.

Ответ: Медиаизмерения наружной рекламы основываются на данных мобильных операторов. Это базы данных мониторинга наружной рекламы (ODASTAT) и рейтинги (ODAPLAN).

Вопрос 18. Что такое технология Mobile People Meter?

Ответ: Это ПО, устанавливаемое на смартфоны респондентов, которое в фоновом режиме регистрирует акустические данные. То есть записывает окружение респондента, сравнивает с эталонным и описывает телесмотрение. Технология позволяет учитывать дополнительные параметры респондентов: род занятий, семейное положение, доход.

Вопрос 19. Какие вы знаете компании, продающие результаты исследований?

Ответ: Медиаскоп, РБК, ВЦИОМ.

Вопрос 20. На что направлены качественные исследования медиа?

Ответ: На изучение эффекта воздействия СМК, общественное мнение, анализ содержания контента, тестирование рекламных сообщений.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Задания для письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.):

Блок 1.

Задание 1 "Пример медиаисследования". Подберите пример медиаисследования, связанного со сферой медиа или рекламы. Опишите кто и как проводил, изложите основные выводы исследования, укажите ссылку на источник исследования, даты его проведения. Тема примера может быть любая, но должно быть связано со сферой медиа.

Задание 2 "Тема". Сформулируйте тему исследовательского проекта по проблематике медиа/реклама/PR, который будет выполняться на протяжении изучения дисциплины в соответствии с ее структурой.

Задание 3 "Вторичная информация". Подготовьте анализ вторичной информации по своей теме, минимум 5 источников. В ответе необходимо указать название источника, дату публикации и пересказать основные мысли и содержание.

Задание 4 "Постановка проблемы". Сформулируйте управленческую (иногда ее называют маркетинговой) и исследовательскую (проблему исследования) проблемы, требующие решения.

Задание 5 "Тип исследования". Выберите тип своего исследования, аргументируйте выбор.

Задание 6 "Объект и предмет". Сформулируйте объект и предмет исследования.

Задание 7 "Цель и задачи". Сформулируйте цель и задачи маркетингового исследования.

Задание 8 "Компоненты, поисковые вопросы и гипотезы". Сформулируйте компоненты, поисковые вопросы и гипотезы исследования, согласно поставленной проблеме, цели и задачам.

Задание 9 "Потребность в информации". Определите потребность в маркетинговой (вторичной) информации.

Задание 10 "Источники проблемы". Установите и охарактеризуйте источники сформулированной маркетинговой проблемы.

Блок 2.

Задание 10. "Операционализация". Операционализируйте основные понятия своего исследования.

Задание 11. "Фокус-группа". Разработайте сценарий фокус-группового интервью для сбора первичной информации по тематике вашего исследования. Опишите выборку для проведения фокус-групп, предложите параметры отбора респондентов. Поразмышляйте, какое вознаграждение можно предложить участникам.

Задание 12. "Глубинное интервью". Разработайте план глубинного интервью для сбора первичной информации по тематике вашего исследования. Используйте метод лестницы, выяснения скрытых проблем, символический анализ. Опишите генеральную совокупность и выборку для проведения глубинного интервью. Предложите примерный объем выборки, параметры отбора респондентов. Поразмышляйте, откуда Вы могли бы взять информацию о численности генеральной совокупности, какое вознаграждение может замотивировать респондентов.

Задание 13. "Проекционные методики". Разработайте инструментарий проекционных методов для сбора первичной информации по тематике вашего исследования: 1) метод завершения предложений, 2) brand mapping, 3) ранжирование, 4) ролевая игра - 1 роль, 5) метод третьего лица - 1 ситуация. Опишите возможные психологические защиты респондента.

Задание 14 "Контент-анализ". Подготовьте бланк для контент-анализа по выбранной в задании 1 теме. Что должно быть в задании: 1. Выдвиньте гипотезу (1 шт) и вопросы контент-анализа (3 шт min). 2. Опишите генеральную совокупность и выборку для контент-анализа. 2. Разработайте систему категорий анализа (min 10 шт) и параметров для каждой категории. Категории должны быть и количественные и качественные. При разработке должны быть использованы все три уровня измерения.

Задание 15 "Наблюдение". Разработайте концепцию применения метода наблюдения по тематике вашего исследования.

Задание 16 "Экспертный опрос". Разработайте инструментарий для проведения экспертного интервью по тематике вашего исследования. Опишите генеральную совокупность и выборку, критерии отбора. Предположите объем выборки.

Поразмышляйте, откуда Вы могли бы взять информацию о численности генеральной совокупности.

Задание 17 "Массовый опрос". Разработайте инструментарий для проведения анкетного опроса по тематике вашего исследования. Опишите генеральную совокупность и выборку опроса. Поразмышляйте, откуда Вы могли бы взять информацию о численности генеральной совокупности. Предположите численность выборки. Требования к анкете: 1. Минимум 16 вопросов. 2. Должны быть открытые и закрытые вопросы.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету с оценкой:

Список вопросов для подготовки к промежуточной аттестации:

1. Алгоритм определения проблемы исследования.
2. Источники информации о проблеме исследования.
3. Этапы аудита проблемы исследования.
4. Формулировка управленческой и исследовательской проблемы. Типичные ошибки при определении.
5. Определение объекта, предмета, цели, задач и гипотез исследования.
6. Охарактеризуйте поисковый тип исследования: цели, ситуации использования, основные методы. Приведите примеры возможных тем исследований.
7. Охарактеризуйте дискриптивный тип исследования: цели, ситуации использования, основные методы. Приведите примеры возможных тем исследований.
8. Охарактеризуйте каузальный тип исследования: цели, ситуации использования, основные методы. Приведите примеры возможных тем исследований.
9. Назовите принципиальные отличия первичной и вторичной информации.
10. Вторичная информация: преимущества и недостатки.
11. Классификация вторичной информации.
12. Методы получения первичной информации, основные отличия количественных и качественных методов.
13. Потенциальные источники ошибок в исследовании: ошибки выборки.
14. Потенциальные источники ошибок в исследовании: ошибки исследователя.
15. Потенциальные источники ошибок в исследовании: интервьюера.
16. Потенциальные источники ошибок в исследовании: ошибки респондента.
17. История он-лайн исследований.
18. Анализ медиапространства: количественные и качественные характеристики контента.
19. Охарактеризуйте интент-анализ, сентимент-анализ и ивент-анализ.
20. Нетнография: основные понятия, типы данных, объекты исследования.
21. Этапы нетнографического исследования. Виды нетнографии.
22. Суть, цели и инструменты веб-эксперимента.
23. Этапы А/В – тестирования.
24. Сущность выборочного метода. Генеральная совокупность, выборка, единицы отбора, единицы наблюдения, репрезентативность.

25. Этапы разработки выборочного плана.
26. Суть простой случайной выборки, достоинства и недостатки.
27. Суть стратификации выборки, достоинства и недостатки.
28. Суть кластерной выборки, достоинства и недостатки. Отличия кластерной выборки от стратифицированной.
29. Неслучайные выборки – типы, суть. Ситуации применения, достоинства и недостатки.
30. Фокус-группа: суть, особенности, этапы проведения, методические задачи инструмента. Преимущества и недостатки.
31. Глубинное интервью: суть, методы проведения, преимущества и недостатки. Ситуации применения.
32. Профессиональная подготовка интервьюеров для глубинного интервью.
33. Методы и особенности составления анкеты для глубинного интервью.
34. Проективные методики: суть, методы, особенности применения.
35. История и этапы развития контент-анализа.
36. Этапы контент-анализа. Количественный и качественный контент-анализ.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.
2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.
3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию. 2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов. 3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.
«Хорошо»	1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом

или «зачтено»	основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными. 2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам. 3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.
«Удовлетворительно» или «зачтено»	1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса. 2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения. 3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации. 2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются. 3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.