

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»  
Институт социальных коммуникаций  
Кафедра истории, теории и практики социальных коммуникаций

## **Методология и методы научного исследования в профессиональной сфере**

Учебно-методическое пособие  
для студентов магистерской программы 42.04.05.04 «Цифровые  
медиакоммуникации на международных рекламных рынках»



Ижевск

2024

УДК 167:316.77(075.8)  
ББК 60.84в.я73  
М545

*Рекомендовано к изданию Учебно-методическим советом УдГУ*

**Рецензент:** д-р филос. наук, профессор каф. социально-гуманитарных дисциплин ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный аграрный университет»  
С.И. Платонова

**Составитель:** Латыпов И.А.

М545        Методология и методы научного исследования в профессиональной сфере : учеб.-метод. пособие для студентов магистерской программы 42.04.05.04 «Цифровые медиакоммуникации на международных рекламных рынках» : [Электрон. ресурс]. / сост. И. А. Латыпов – Ижевск : Удмуртский университет, 2024. – 47 с.

Учебно-методическое пособие содержит методические рекомендации для студентов по изучению дисциплины «Методология и методы научного исследования в профессиональной сфере», а также методические рекомендации для преподавателей, ведущих семинарские занятия. Кроме этого, в данном издании приводится подробный перечень основных требований к содержанию и структуре данного курса.

Пособие адресовано преподавателям и студентам направления магистерской подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» (магистерская программа 42.04.05.04 «Цифровые медиакоммуникации на международных рекламных рынках») Института социальных коммуникаций УдГУ.

УДК 167:316.77(075.8)  
ББК 60.84в.я73

© И.А. Латыпов, сост., 2024  
© ФГБОУ ВО «Удмуртский  
государственный университет», 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	4
1. Общие положения .....	7
1.1. Характеристика профессиональной деятельности магистранта .....	7
1.2. Цель и задачи освоения дисциплины .....	8
1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	9
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ООП .....	9
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам.....	14
4. Программа практических занятий с методическими рекомендациями по каждой теме.....	16
5. Методические рекомендации для преподавателей, ведущих семинарские занятия.....	23
6. Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине.....	24
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине .....	26
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	29
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	37
Приложение: понятийный аппарат курса .....	42

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В дисциплине «Методология и методы научного исследования в профессиональной сфере» закладывается методологическая база для формирования знаний и умений, необходимых для практического применения в профессиональной сфере и характеризующих компетенции будущего выпускника направления подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» (наименование магистерской программы 42.04.05.04 «Цифровые медиакоммуникации на международных рекламных рынках» (квалификация выпускника – магистр).

«Методология и методы научного исследования в профессиональной сфере» является дисциплиной, формирующейся на стыке общественных и гуманитарных наук. Ее пограничное положение обуславливает повышенный интерес к ней и со стороны обществоведов, и со стороны гуманитариев.

Общее понятие методологии, применяемое по отношению к изучению методов научного исследования в сфере медиакоммуникации, имеет определенную специфику в связи с междисциплинарным статусом данного курса. Поэтому методология научного исследования дополняется методологией сравнительного анализа (компаративистики) и системного анализа.

Понятие «методология» в зависимости от различных подходов может определяться по-разному. Методология может трактоваться как учение о выборе и развитии методов или как общая теория планирования и изменения человеческой деятельности.

В курсе также рассматривается структура аргументации: тезис, аргументы и демонстрация доказательств. Выявляется система требований, предъявляемых к аргументу: логические, методологические, лексико-семантические и организационные требования, требования к тезису, аргументам и к демонстрации.

Научная новизна подразумевает новый научный результат, новое решение поставленной проблемы, ожидаемое по завершении исследования. Новизна может выражаться в новом объекте или предмете исследования (он рассматривается впервые), вовлечении в научный оборот нового материала, в иной постановке известных проблем и задач, новом методе решения или в новом применении известного решения или метода, в новых результатах эксперимента, разработке оригинальных моделей и т.п. Практическая значимость исследования, в том числе теоретического, определяется возможностями прикладного использования его результатов (с указанием области применения и оценкой эффективности).

Объектом исследования является та часть реальности (процесс, явление, знание, порождающие проблемную ситуацию), которая изучается и/или преобразуется исследователем. Предмет исследования находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему.

Целью исследования является решение поставленной научной проблемы, получение нового знания о предмете и объекте. Не рекомендуется формулировать цель как «исследование...», «изучение...», подменяя саму цель процессом ее достижения. Наряду с целью может быть сформулирована рабочая гипотеза, предположение о возможном результате исследования, которое предстоит подтвердить или опровергнуть. Задачи исследования определяются поставленной целью (гипотезой) и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути и средства) решения проблемы.

В разделах теоретико-методологических оснований и методов различных исследований обосновывается выбор той или иной концепции, теории, принципов, подходов, которыми руководствуется магистрант. Описывается терминологический аппарат исследования. Определяются и характеризуются конкретные методы решения поставленных задач, методика и техника проведения эксперимента, обработки результатов и т.п. В зависимости от типа

исследования (методологическое, эмпирическое) указанные аспекты раскрываются в отдельной главе (главах), например, диссертации, либо выступают самостоятельным предметом изучения. При этом вполне пригодятся знания, полученные в данном курсе.

В свою очередь, вообще «Знания – это мировоззренческая составляющая науки, а значит соответствующей учебной дисциплины, а умения – методологическая составляющая. Под мировоззрением понимается система взглядов на предметную область науки, а под методологией – система нематериальных средств познания и практической деятельности, разрабатываемых в данной науке и представленных в соответствующей учебной дисциплине» (см. основную литературу по данному курсу [2. С. 499]).

Наряду с печатными текстами, в курсе активно используются Интернет-ресурсы с их критическим анализом на предмет возможных неточностей и степени новизны выложенных в сети материалов.

Практические аспекты курса связаны с анализом методов и методик исследования в сфере медиакоммуникаций.

Обучение магистрантов по данному курсу проводится в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки.

Методическое пособие включает выдержки из ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», раздел учебно-методического и информационного обеспечения курса, приложение.

Данное издание призвано существенно дополнить курс «Методология и методы научного исследования в профессиональной сфере».

Данное пособие необходимо для организации самостоятельной работы студентов и для их подготовки к семинарским занятиям.

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

### 1.1. Характеристика профессиональной деятельности магистранта

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры, могут осуществлять профессиональную деятельность:

- 01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований);
- 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

Объектами профессиональной деятельности выпускника (областями знаний), в соответствии с направленностью (профилем) программы являются медиапроект и (или) медиапродукт.

Таблица 1

Объекты профессиональной деятельности выпускника магистратуры  
«Медиакоммуникации»

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
01. Образование	научно-исследовательский	Планирование и проведение научных исследований в области медиакоммуникаций	Медиапроект и (или) медиапродукт

06. Связь, информационные и коммуникационные технологии	Организационно-управленческий	Организация и координация работы коллектива, принятие сложных управленческих решений в деятельности медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	медиапроект и (или) медиапродукт
---	-------------------------------	--	----------------------------------

*Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу:* научно-исследовательская, организационно-управленческая.

## 1.2. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель и задачи данного курса определяются необходимостью формирования представления о развитии и перспективах методологии научного исследования в сфере медиакоммуникаций.

Целью освоения данной дисциплины является формирование у студентов целостного представления о роли и целях методологии и методов научного исследования в современных медиакоммуникациях, а также формирование базовых навыков и умений в этой области.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи освоения дисциплины:

- 1) ознакомить обучающихся с общими характеристиками развития содержания методологии научных исследований современных медиакоммуникаций;
- 2) рассмотреть основные вопросы совершенствования методов анализа медиакоммуникаций;
- 3) выработать у студентов умение ориентироваться во всем многообразии специальной литературы, посвященной различным методологическим



аспектам современных медиакоммуникаций.

### **1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Дисциплина входит в Обязательную часть ООП магистратуры. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые дисциплинами в том же 1-м семестре 1-го курса:

- Научно-исследовательский семинар (Обязательная часть),
- Инновации в медиакоммуникациях в части, формируемой участниками образовательных отношений, ООП магистратуры;
- Международный и отечественный опыт исследования интеллектуальной собственности в медиакоммуникациях (Элективные дисциплины).

Успешное освоение дисциплины позволяет перейти к изучению дисциплин «Стратегическое управление в медиакоммуникациях» и «Проектная деятельность в медиакоммуникациях» обязательной части, «Манипулятивные возможности СМК» части, формируемой участниками образовательных отношений, ООП магистратуры.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной образовательной программы**

Планируемые результаты обучения по дисциплине – это знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности. Планируемые результаты освоения образовательной программы – это формируемые дисциплиной компетенции.

Освоение дисциплины направлено на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ООП ВО по данному направлению подготовки:

Результаты освоения ООП ВО (компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	УК-1.1. Критически анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя её составляющие и связи между ними;	<p><b>Знать</b> основные принципы Системного анализа проблемных ситуаций;</p>	<p>Уровень 1 (повышенный)- <b>Знать</b> в совершенстве суть и основные принципы системного анализа проблемных ситуаций</p>
		<p>Уровень 2 (базовый) – <b>Знать</b> основные принципы системного анализа проблемных ситуаций</p>	
		<p>Уровень 3 (пороговый) – <b>Знать</b> определение системного анализа проблемных ситуаций</p>	
		<p><b>Умеет</b> проводить Системный анализ проблемных ситуаций в практической деятельности;</p>	<p>Уровень 1 (повышенный) – в совершенстве <b>Умеет</b> проводить Системный анализ проблемных ситуаций в практической деятельности для задач повышенной сложности, принимать профессиональные и управленческие</p>

			решения в условиях неполной определенности
			Уровень 2 (базовый) – <b>Умеет</b> проводить Системный анализ проблемных ситуаций в практической деятельности для типовых задач, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам
			Уровень 3 (пороговый) – <b>Умеет</b> проводить Системный анализ проблемных ситуаций в практической деятельности для простейших типовых задач
		<b>Владеет</b> практическим опытом Системного анализа проблемных ситуаций.	Уровень 1 ( <i>повышенный</i> )- <b>Владеет</b> практическим опытом Системного анализа проблемных ситуаций для задач повышенной сложности, принятия профессиональных и управленческих решений в условиях неполной определенности
			Уровень 2 (базовый) – <b>Владеет</b> практическим опытом Системного анализа

			<p>проблемных ситуаций для типовых задач, принятия профессиональных и управленческих решений по известным алгоритмам, правилам и методикам</p> <p>Уровень 3 (пороговый) – <b>Владеет</b> практическим опытом Системного анализа проблемных ситуаций для простейших типовых задач</p>
	<p>УК-1.2. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемных ситуаций на основе системного и междисциплинарного подхода.</p>	<p><b>Знать</b> основные принципы Аргументации стратегии;</p>	<p>Уровень 1 (<i>повышенный</i>)- <b>Знать</b> основные принципы Аргументации стратегии для задач повышенной сложности, принятия профессиональных и управленческих решений в условиях неполной определенности</p> <p>Уровень 2 (базовый) – <b>Знать</b> основные принципы Аргументации стратегии для типовых задач, принятия профессиональных и управленческих решений по известным алгоритмам, правилам и методикам</p> <p>Уровень 3 (пороговый) – <b>Знать</b> основные принципы</p>

			Аргументации стратегии для простейших типовых задач
		<b>Уметь</b> планировать Аргументацию стратегии;	<p>Уровень 1 (<i>повышенный</i>)- <b>Уметь</b> планировать Аргументацию стратегии для задач повышенной сложности, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности</p> <p>Уровень 2 (базовый) – <b>Уметь</b> планировать Аргументацию стратегии для типовых задач, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам</p> <p>Уровень 3 (пороговый) – <b>Уметь</b> планировать Аргументацию стратегии для простейших типовых задач</p>
		<b>Владеть</b> навыками Аргументации стратегии	Уровень 1 ( <i>повышенный</i> ) – <b>Владеть</b> навыками Аргументации стратегии для задач повышенной сложности, принимать профессиональные и управленческие

			решения в условиях неполной определенности
			Уровень 2 (базовый) – <b>Владеть</b> навыками Аргументации стратегии для типовых задач
			Уровень 3 (пороговый) – <b>Владеть</b> навыками Аргументации стратегии для простейших типовых задач

### 3. Содержание дисциплины, структурированное по темам

№ п/п	Разделы, темы дисциплины, аннотация темы	Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции/ индикаторы достижения компетенций
1.	Тема 1 – <b>Вводная лекция:</b> История различных учений о методе. Значение мысленных экспериментов для формирования и развития методологии. Понятийный аппарат курса.	Обсуждение докладов	УК-1
2.	Тема 2 - <b>Методология как проблема организации научного обоснования исследования:</b>  Критерии научности исследований, их типы. Методология как учение о	Обсуждение докладов	УК-1

	<p>выборе и развитии методов, как общая теория планирования и изменения человеческой деятельности.</p> <p>Понятие научного метода, классификация научных методов. Ситуационный метод исследования.</p> <p>Компаративистская методология.</p> <p>Методы системного анализа.</p>		
3.	<p><b>Тема 3 – Методы решения исследовательских задач:</b></p> <p>Методы решения инновационных задач в ТРИЗ. Исследовательские подходы на основе ТРИЗ.</p>	Обсуждение докладов	УК-1
4.	<p><b>Тема 4 – Методы аргументации в современных научных исследованиях:</b></p> <p>Актуальность анализа аргументации в Медиакоммуникациях.</p> <p>Структура Аргументации.</p> <p>Субъекты аргументации</p> <p>Понятийный аппарат аргументации в современной науке.</p> <p>Отличия рациональной аргументации от эмоционального воздействия. Поля аргументации коммуникаторов и ЦА</p>	<p>Обсуждение докладов.</p> <p>Подготовка к экзамену</p>	УК-1

#### **4. Программа практических занятий с методическими рекомендациями по каждой теме**

Технология обучения построена на основе системного подхода и ориентирована на формирование базовых навыков и умений в области методологии научных исследований современных медиакоммуникаций.

При проведении занятий и организации самостоятельной работы студентов следует использовать интерактивную форму проведения аргументации в ходе дискуссий и технологии сообщающего обучения, предполагающие передачу информации в готовом виде, формирование учебных умений по образцу: презентация лекционных материалов по курсу.

##### **ТЕМА 1. Вводный семинар.**

1. История различных учений о методе.
2. Значение мысленных экспериментов для формирования и развития методологии.
3. Понятийный аппарат курса.

##### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ К СЕМИНАРУ 1**

1. Ивлев, В. Ю. Логическая методология / В.Ю. Ивлев, Ю.В. Ивлев, М.Л. Ивлева // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. – 2019. – Т. 23, № 4. – С. 499-507. – DOI 10.22363/2313-2302-2019-23-4-499-507. – EDN TCWJDW.
2. Латыпов И. А. Социокультурный контекст методологии самоорганизации и трансформации социальных систем на стадии формирования общества, основанного на знаниях// Надконституционные институты в разных культурных средах: междунар. науч.-методол. конф. "Экономические, социальные и политические институты в разных культурных средах": сб. материалов конф. Ижевск: Митра, 2017. С. 138-149.
3. Методические указания по практической подготовке студентов для направления 42.04.05 «Медиакоммуникации»: Наименование магистерской



программы 42.04.05.04 «Цифровые медиакоммуникации на международных рекламных рынках»: [Электрон. ресурс] / сост.: И.А. Латыпов, О.П. Соколова, С. Ф. Бородулина. Ижевск: Удмуртский университет, 2023. - 37 с.

4. Методические указания по выполнению контрольных, курсовых и выпускных квалификационных работ для студентов Института социальных коммуникаций. – Ижевск, 2022.

### **Методические рекомендации по теме 1**

Необходимо отличать общую методологию как учение о методах планирования и изменения человеческой деятельности от других форм осмысления различных способов решения теоретических и практических задач, например, от методик и собственно методов.

Готовясь к семинару, используйте понятийный аппарат курса из Приложения и охарактеризуйте сходства и различие методологии, методик и методов. Выявите значение мысленных экспериментов для формирования и развития методологии.

### **ТЕМА 2. Методология как проблема организации научного обоснования исследования.**

1. Критерии научности исследований, их типы.
2. Методология как учение о выборе и развитии методов, как общая теория планирования и изменения человеческой деятельности.
3. Понятие научного метода, классификация научных методов.
4. Ситуационный метод исследования.
5. Компаративистская методология.
6. Методы системного анализа.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ К СЕМИНАРУ 2**

1. Ивлев, В. Ю. Логическая методология / В.Ю. Ивлев, Ю.В. Ивлев, М.Л. Ивлева // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия:

Философия. – 2019. – Т. 23, № 4. – С. 499-507. – DOI 10.22363/2313-2302-2019-23-4-499-507. – EDN TCWJDW.

2. Латыпов И. А. Социокультурный контекст методологии самоорганизации и трансформации социальных систем на стадии формирования общества, основанного на знаниях// Надконституционные институты в разных культурных средах: междунар. науч.-методол. конф. "Экономические, социальные и политические институты в разных культурных средах": сб. материалов конф. Ижевск: Митра, 2017. С. 138-149.
3. Латыпов И. А., Меншатова О.В. Методические материалы модульной программы «Европейский опыт инновационной культуры и отношений интеллектуальной собственности: коммуникативные аспекты» для обучающихся в рамках гранта № 575008-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE. Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2018. 100с. + Электрон. ресурс. - Режим доступа : [http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/17412/457лб\\_10009327\\_20\\_06.07.2018.pdf?sequence=1](http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/17412/457лб_10009327_20_06.07.2018.pdf?sequence=1).- Рус., англ. яз. - ISBN 978-5-4312-0629-0.
4. Методические указания по практической подготовке студентов для направления 42.04.05 «Медиакоммуникации»: Наименование магистерской программы 42.04.05.04 «Цифровые медиакоммуникации на международных рекламных рынках»: [Электрон. ресурс] / сост.: И.А. Латыпов, О.П. Соколова, С. Ф. Бородулина. Ижевск: Удмуртский университет, 2023. - 37 с.
5. Методические указания по выполнению контрольных, курсовых и выпускных квалификационных работ для студентов Института социальных коммуникаций. – Ижевск, 2022.

## **Методические рекомендации по теме 2**

При подготовке к семинару определитесь с критериями и типами научности исследований. Какие критерии научности используются в общественности и в медиакоммуникациях?

Дайте определение методологии через род и видовое отличие.

Очень важно определиться с содержанием родового понятия «метод» в современном обществе. Как это определение соотносится с понятиями эмпирических и теоретических методов?

Общее понятие научного метода, применяемое по отношению к изучению развития медиакommunikаций, имеет определенную специфику в связи с их междисциплинарным статусом. Поэтому методология этих данной дисциплины в контексте общественных наук дополняется методологией науковедения.

Каковы видовые отличия общих, частных и особенных методов? Охарактеризуйте для этого сначала общие и частные методы исследования науки и техники. Как это соотносится с понятием «метод»? Затем дайте классификацию особенных методов исследования медиакommunikаций.

Проанализируйте, в чем сходства и различия эволюционного и ситуационного метода исследования развития медиакommunikаций.

Охарактеризуйте соотношение методов сравнительного анализа развития медиакommunikаций (компаративистики) и методологии их системного анализа.

### **ТЕМА 3. Методы решения исследовательских задач.**

1. Методы решения задач в фундаментальных и прикладных исследованиях.
2. Проблема инновационности в исследованиях.
3. Исследовательские подходы на основе ТРИЗ

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ К СЕМИНАРУ 3**

1. Европейский и отечественный опыт инновационной культуры и отношений интеллектуальной собственности: коммуникативные аспекты: сб. материалов конф. / отв. ред. О.В. Меншатова; науч. ред. И.А. Латыпов. Ижевск, 2019. 246 с. - ISBN 978-5-4312-0694-8. –URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38233420> (24.09.2019).
2. Ивлев, В.Ю. Логическая методология / В.Ю. Ивлев, Ю.В. Ивлев, М.Л. Ивлева // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. –

2019. – Т. 23, № 4. – С. 499-507. – DOI 10.22363/2313-2302-2019-23-4-499-507.  
– EDN TCWJDW.

3. Латыпов И.А. Электронный практикум по курсу «Методология формирования инновационной культуры». URL: <http://e-learning.udsu.ru/course/view.php?id=203> (06.09.2019)
4. «Медиаскоп»: - электронный научный журнал МГУ им. Ломоносова: <http://www.mediascope.ru>
5. Научный журнал «Медиаальманах»: <http://mediaalmanah.ru>
6. Панченко Н.В. Манипулятивная природа аргументации в PR-тексте. URL: <http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=%D0%B0%D1%80%D0%B3%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%B2%20pr&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ksu.ru%2Fconf%2FLENCA-2%2F296.rtf&ei=0fPJTpvGsnk4QSCoKlS&usq= AFQjCNEi5NJa8o4nvxgdEjn-yXzrn001Hw&cad=rjt> (дата посещения: 23.08.2019).
7. Петкун Д. Е. PR-технологии как составляющая научных исследований // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – 2014. – № 12. – С. 120-123.
8. Социально-гуманитарные знания. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/issues.asp?id=9127>
9. <http://www.altshuller.ru> (06.09.2019).

### **Методические рекомендации по теме 3**

Сопоставьте фундаментальные и прикладные исследования с методологической точки зрения.

Понятие инновации в зависимости от различных подходов может определяться по-разному. С точки зрения оценки инновационных аспектов интеллектуальной собственности, по мнению Бовина А.А. и Чередни-ковой Л.Е., инновацию можно понимать как «...продукт творческого труда, имеющий завершённый вид товара, готового к применению и распространению на рынке»

(см. дополнительную литературу по данному курсу [2. С. 7]. Оксфордский толковый словарь же определяет инновацию как «...любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего инноватор и его компания получают преимущества перед конкурентами» [Там же]).

Одной из предпосылок становления методологии формирования инновационности стало критическое осмысление теоретических работ Й. Шумпетера. Отечественная специфика анализируется на примере Национальной хартии инновационной культуры России.

#### **ТЕМА 4. Методы аргументации в современных научных исследованиях.**

1. Актуальность анализа аргументации в Медиакоммуникациях.
2. Структура аргументации.
3. Субъекты аргументации
4. Понятийный аппарат аргументации в современной науке.
5. Отличия рациональной аргументации от эмоционального воздействия.
6. Поля аргументации коммуникаторов и ЦА

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ К СЕМИНАРУ 4**

1. Аргументация в рекламе// Основы рекламы / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. М.: Наука, 2005. с. 155-159.
2. Курбатов В.И. Социально-политическая аргументация: логико-методологический анализ. Ростов-на-Дону, 1991.
3. Латыпов И.А. Scientific Relations в популяризации науки: философский аспект //Восьмой Российский Философский Конгресс – «Философия в полицентричном мире». Секция (II). Сборник научных статей М.: РФО – ИФРАН – МГУ. Издательство «Логос», ООО «Новые печатные технологии» (Москва), 2020. – С. 2344-2346. – Режим доступа: [https://iphras.ru/uplfile/zinaida/ROOTED/root/congress/sektsii\\_rfk\\_ch\\_astw\\_2.pdf](https://iphras.ru/uplfile/zinaida/ROOTED/root/congress/sektsii_rfk_ch_astw_2.pdf)

4. Панченко Н.В. Манипулятивная природа аргументации в PR-тексте. URL: <http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=%D0%B0%D1%80%D0%B3%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%B2%20pr&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ksu.ru%2Fconf%2FLENCA-2%2F296.rtf&ei=0fPJTpvGsnk4QSCoKlS&usg= AFQjCNEi5NJa8o4nvxgdEjn-yXzrn001Hw&cad=rjt> (дата посещения: 23.08.2019).
5. Петкун Д. Е. PR-технологии как составляющая научных исследований // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – 2014. – № 12. – С. 120-123.
6. Ульяновский Андрей. Мифологические аргументации в PR // URL: <http://www.advi.ru/archive/article.php3?pid=329&mag=45&rub=0>
7. Хазагеров Г.Г., Корнилова Е.Е. Риторика для делового человека. М., 2003.
8. Шибанова Ю. В. Текстовая парадигма коммуникации в деятельности служб по связям с общественностью органов власти и управления в условиях формирования новой медиасреды (региональный опыт): спец. 10.01.10 - Журналистика (филол. науки) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Ю. В. Шибанова ; науч. рук. О. Н. Савинова. - Тверь, 2017. - 23с.

#### **Методические рекомендации по теме 4**

Охарактеризуйте структуру аргументации.

Охарактеризуйте основное содержание теории аргументации.

Проанализируйте значение тезиса, аргументов и демонстрации доказательств в процессе аргументации.

Проанализируйте, в чем специфика Scientific Relations.

## 5. Методические рекомендации для преподавателей, ведущих семинарские занятия

Используя лекционный материал и приведенный ниже список литературы, проанализируйте те вопросы аргументации в медиакоммуникациях, которые выносятся для обсуждения со студентами на семинарских занятиях.

Наряду с текстами научных изданий и учебников, необходимо в дискуссионной форме обсуждать доступные сетевые ресурсы и выявлять основные тренды развития цифровых медиакоммуникаций.

В плане семинарских занятий к каждому семинару прилагаются методические рекомендации для студентов. Соответственно, при проведении семинарских занятий необходимо опираться на них.

К экзамену по данному курсу допускаются студенты, освоившие основной материал курса, способные применять теоретические положения и владеющие необходимыми навыками и умениями при выполнении практических заданий.

*Для определения уровня сформированности компетенций предлагаются следующие критерии оценки ответа на экзамене:*

- знание содержания программного материала;
  - свободное владение категориальным аппаратом;
  - умение аргументировано в определенной логической последовательности излагать содержание вопроса;
  - умение анализировать проблему;
  - умение самостоятельно подходить к соответствующим выводам и обобщениям в развернутых рассуждениях.
- 
- «отлично» – ответ студента полно, логично, обоснованно отражает содержание теоретических и практических вопросов;
  - «хорошо» – ответ полно, логично, обоснованно отражает содержание теоретических и практических вопросов, но имеются отдельные недочеты, несущественные ошибки, студент умеет четко и по существу ответить на вопросы преподавателя;

- «удовлетворительно» – ответ отражает содержание теоретического материала по теоретическим и практическим вопросам, но не в полном объеме, имеет неточности и ошибки, студент отвечает на наводящие вопросы преподавателя;
- «неудовлетворительно» – студент не усвоил основной теоретический материал и необходимые знания, умения, навыки по практическому вопросу.

Контроль знаний осуществляется по билетам, включающим один из теоретических вопросов, приведенных в списке вопросов к экзамену, и 2-3 практических вопроса в зависимости от общего рейтинга студента.

## **6. Содержание самостоятельной работы студентов (СРС) по дисциплине**

### **Цель, виды самостоятельной работы студентов и формы контроля**

Цель самостоятельной работы – обучить студентов работать с научной, учебной и дополнительной литературой по данному курсу, проводить их логический анализ и аргументировать собственные выводы.

Самостоятельная работа студентов проводится вне аудиторных занятий. Она включает в себя составление логической схемы базы знаний по различным темам курса, подготовку докладов и рефератов по темам семинаров, анализ Интернет-ресурсов, обзор статей по различным темам курса.

Итоги СРС проверяются на семинарах.

Виды СРС:

- подготовка реферата, доклада;
- подготовка к экзамену.

По одной теме может быть несколько видов СРС.



### **Формы СРС:**

- СРС без участия преподавателя;
- КСР - контроль самостоятельной работы студента.

### **Темы для самостоятельного изучения:**

1. Общие характеристики научной методологии.
2. Общие методы науки.
3. Методы аналогии.
4. Методы моделирования.
5. Виды методов анализа.
6. Методы синтеза.
7. Методы индукции.
8. Методы дедукции.
9. Методы анализа концепций медиакультуры.

### **Дополнительные формы контроля самостоятельной работы:**

1. Составление логической схемы базы знаний по различным темам курса.

**Отчетность:** дискуссионное обсуждение на семинарах.

2. Подготовка докладов и рефератов по темам семинаров. **Отчетность:** открытая защита на соответствующих семинарах.

3. Анализ Интернет-ресурсов. **Отчетность:** дискуссионное обсуждение на семинарах.

4. Обзор статей по различным темам курса. **Отчетность:** дискуссионное обсуждение на семинарах.

### **Тематика докладов**

#### **Список тем:**

1. Методология верификации гипотез.
2. Методы анализа медиакommunikаций в производстве рекламной информации.

3. Методологические аспекты исследований медиакоммуникаций.
4. Методы анализа современной медиакультуры.
5. Методы анализа современной молодежной субкультуры с точки зрения управления медиакоммуникациями.
6. Методы анализа информационных структур в медиакоммуникациях.
7. Методология анализа тенденций развития исследовательских структур.
8. Методология анализа тенденций развития социальных сетей и мессенджеров.
9. Возможности форсайта в оценке прогнозов развития медиакоммуникаций.
10. Методологические основы кибернетики второго порядка.
11. Методы ПР-деятельности в сетевых СМИ.
12. Методы анализа социальной дифференциации в управлении медиакоммуникациями.
13. Методы анализа в теории коммуникативного действия.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

Оценка качества освоения дисциплины включает текущий контроль и промежуточную аттестацию обучающихся.

Текущий контроль освоения дисциплины осуществляется в виде домашнего задания, тестовых заданий, самостоятельной работы. Результаты текущего контроля учитываются на экзамене.

Промежуточная аттестация осуществляется на экзамене, который проходит в устной форме по вопросам.

Критерии контроля: степень активности участия в семинарских занятиях, подготовка и обсуждение рефератов, докладов, результаты опросов, знание основных теоретических источников, степень свободы ориентации в курсе. Знания, полученные обучающимися в магистратуре в ходе лекционных и семинарских занятий, оцениваются по устным ответам на экзамене.

Критерии итогового контроля: степень активности участия в семинарских занятиях, подготовка и обсуждение рефератов, докладов, результаты опросов, знание основных теоретических источников, степень свободы ориентации в курсе.

Основными технологиями оценки уровня сформированности компетенций является стандартизированный тест и дополнительное творческое задание (анализ текста, ситуационные задачи и др.).

Для определения уровня сформированности компетенции предлагаются следующие критерии оценки:

– Оценка «неудовлетворительно» – студент не усвоил основной теоретический материал и необходимые умения и навыки по практическому вопросу;

– «удовлетворительно» – ответ отражает содержание теоретического материала по двум вопросам, но не в полном объеме, имеет неточности и ошибки, студент отвечает на наводящие вопросы преподавателя;

– «хорошо» – ответ полно, логично, обоснованно отражает содержание двух теоретических вопросов, но имеются отдельные недочеты, несущественные ошибки, студент умеет четко и по существу ответить на вопросы преподавателя;

– «отлично» – ответ полно, логично, обоснованно отражает содержание двух теоретических вопросов, студент умеет четко и по существу ответить на вопросы преподавателя.

### **Оценочные средства по дисциплине**

Примерный перечень вопросов к экзамену по курсу

«Методология и методы научного исследования»

1. История различных учений о методе.
2. Значение мысленных экспериментов для формирования и развития методологии.

3. Понятийный аппарат методологии.
4. Критерии научности исследований.
5. Типы научности исследований.
6. Методология как учение о выборе и развитии методов.
7. Методология как общая теория планирования и изменения человеческой деятельности.
8. Понятие научного метода.
9. Классификация научных методов.
10. Ситуационный метод исследования.
11. Компаративистская методология.
12. Методы системного анализа.
13. Методы решения инновационных задач в ТРИЗ.
14. Методики образовательной технологии ТРИЗ-педагогика.
15. Актуальность анализа аргументации в Медиакоммуникациях.
16. Методы анализа структуры Аргументации.
17. Методы анализа субъектов аргументации.
18. Понятийный аппарат аргументации в современной науке.
19. Отличия рациональной аргументации от эмоционального воздействия.
20. Методы анализа полей аргументации коммуникаторов и ЦА.

#### **Темы контрольных работ:**

1. Методы обеспечения безопасности коммуникационной деятельности.
2. Методы и методики работы с нейросетями в медиакоммуникациях.
3. Проблема этики в медиакоммуникациях.
4. Проблема социальной ответственности в медиакоммуникациях.
5. ИИ в медиакоммуникациях.
6. Информационные войны в медиакоммуникациях.
7. Аргументативный аспект медиакоммуникации.

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Рекомендуемая литература

#### Основная литература

1. Европейский и отечественный опыт инновационной культуры и отношений интеллектуальной собственности: коммуникативные аспекты: сб. материалов конф. / отв. ред. О.В. Меншатова; науч. ред. И.А. Латыпов. Ижевск, 2019. – 246 с. – ISBN 978-5-4312-0694-8. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38233420> (24.09.2019).
2. Ивлев, В.Ю. Логическая методология / В.Ю. Ивлев, Ю.В. Ивлев, М.Л. Ивлева // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. – 2019. – Т. 23, № 4. – С. 499-507. – DOI 10.22363/2313-2302-2019-23-4-499-507. – EDN TCWJDW.
3. Латыпов И.А. Конвергенция vs. цифровое неравенство в научных медиакоммуникациях/ И.А. Латыпов // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность : сб. науч. ст. (Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», 14 ноября 2019 г., Ижевск) / Под ред. Г.В. Мерзляковой, Л.В. Баталовой, С.А. Даньшиной, О.В. Меншатовой, Е.И. Михалёвой. – Ижевск : Удмуртский университет, 2019. – С. 15-18.
4. Латыпов И.А. Социокультурный контекст методологии самоорганизации и трансформации социальных систем на стадии формирования общества, основанного на знаниях // Надконституционные институты в разных культурных средах: междунар. науч.-методол. конф. «Экономические, социальные и политические институты в разных культурных средах» : сб. материалов конф. – Ижевск : Митра, 2017. – С. 138-149.
5. Латыпов И.А. Проблема цифрового разрыва в научных медиа-коммуникациях в гуманитарных и общественных науках / И.А. Латыпов // Цифровое развитие

экономики и социальной сферы Удмуртской Республики: актуальные вопросы и роль высшей школы: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Ижевск: Удмуртский университет, 2019. – С. 203-207. URL: <http://digital2019.conf.udsu.ru/files/1396358011.pdf> (дата обращения: 9 декабря 2019 г.). /

<http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/18923>

6. Латыпов И.А. Мультифрактальность сетевых медиакоммуникаций в информационной цивилизации: философский аспект // Вестник Удмуртского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2020. – Т. 30, вып. 4. – С. 333–343. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/multifraktalnost-setevyh-mediakommunikatsiy-v-informatsionnoy-tsivilizatsii-filosofskiy-aspekt>
7. Латыпов И.А. Scientific Relations в популяризации науки: философский аспект // Восьмой Российский Философский Конгресс – «Философия в полицентричном мире». Секция (II). : сб науч ст. – Москва : РФО – ИФРАН – МГУ. Логос : ООО «Новые печатные технологии», 2020. – С. 2344–2346. – Режим доступа: [https://iphras.ru/uplfile/zinaida/ROOTED/root/congress/sektsii\\_rfk\\_ch\\_astw\\_2.pdf](https://iphras.ru/uplfile/zinaida/ROOTED/root/congress/sektsii_rfk_ch_astw_2.pdf)
8. Латыпов И.А. Теоретико-методологические основания медиаэкологии в окружающей пользователя медиасреде / И.А. Латыпов, Н.В. Латыпова // Кризисы нашего времени как вызов обществу, культуре, человеку: материалы XXIII Российской научно-практической конференции Гуманитарного университета (с международным участием), 15–16 апреля 2021г.: доклады / редкол.: Л.А. Закс и др. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2021. – С. 510-515. – Режим доступа: Теоретико-методологические основания медиаэкологии в окружающей пользователя медиасреде (elibrary.ru) (дата посещения: 06.01.2023).

## Дополнительная литература

1. Аргументация в рекламе // Основы рекламы / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. Москва : Наука, 2005. – стр. 155–159.
2. Бовин А.А. Интеллектуальная собственность: экономический аспект / А.А.Бовин, Л.Е. Чередникова. – Москва : ИНФРА-М ; Новосибирск: НГАЭиУ, 2001. – С. 7.
3. Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн. Москва: Аспект Пресс, 2017. – 125 с.
4. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство в России. – Москва : Аспект Пресс, 2017. – 309 с.
5. Курбатов В.И. Социально-политическая аргументация: логико-методологический анализ. – Ростов-на-Дону, 1991.
6. Латыпов И.А. Проблема цифрового разрыва в научных медиа-коммуникациях в гуманитарных и общественных науках / И.А. Латыпов // Цифровое развитие экономики и социальной сферы Удмуртской Республики: актуальные вопросы и роль высшей школы : материалы Всерос. науч.-практ. конф. / отв. ред. А.М. Макаров. – Ижевск: Удмуртский университет, 2019. – 300 с. ISBN 978-5-4312-0739-6. С. 203-207. URL: <http://digital2019.conf.udsu.ru/files/1396358011.pdf> (дата обращения: 9 декабря 2019 г.). + : <http://elibrary.udsu.ru/xmlui/handle/123456789/18923>.
7. Латыпов И.А. Проблема трансформации социальных коммуникаций в современной цивилизации : монография / И.А. Латыпов, О.П. Соколова, Е.Ю. Обидина и др. ; ред. И.А. Латыпов. – Ижевск, 2014. – 256 с.
8. Латыпов И.А. Социально-философские аспекты анализа вопроса о границах самоорганизующихся социальных систем в информационном обществе / И.А. Латыпов // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». – 2016. – Т. 26, вып. 1. – С. 5–16.
9. Латыпов И.А. Проблема троллинга в сетевых межэтнических коммуникациях: философские аспекты / И.А. Латыпов // Социальный мир человека :

[материалы 6 Междунар. науч.-практ. конф. «Человек и мир: мирозидание, конфликт и медиация в интеркультурном мире», 14-16 апр. 2016, г. Ижевск. – Ижевск, 2016. С. 260–263.

10. Латыпов И.А. Некоторые аспекты самоорганизации онлайн-научно-образовательных сообществ на основе интереса к социально-гуманитарным проблемам / И.А. Латыпов // Журнал «Вестник Восточно-Сибирской открытой академии». 2016. № 22(22). –С.4. ISSN 2304–4705. – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=25579744> – 28 марта 2016 г.
11. Латыпов И. А. О мультифрактальности сетевых медиакоммуникаций в ЕС и РФ: социально-теоретический аспект / И.А. Латыпов // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность : сб. науч. ст. : материалы Междунар. науч.-практ. конф. «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», 29 окт. 2018 г., Ижевск) / Под ред. Г.В. Мерзляковой и др. – Ижевск: Удмуртский университет, 2018. С. 13–18. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36754727> (Дата обращения: 08.10.2019).
12. Латыпов И.А. Конвергенция медиакоммуникаций и перспективы изменений в рекламе и связях с общественностью / И.А. Латыпов // Конвергенция в сфере научной деятельности: проблемы, возможности, перспективы: материалы Всероссийской научной конференции / Отв. ред. А.М. Макаров. – Ижевск: Удмуртский университет, 2018. – С. 228–232. – ISBN 978-5-4312-0668-9. – <http://convergence2018.conf.udsu.ru/files/1396354235.pdf>
13. Латыпов И.А. Социально-коммуникативные аспекты визуализации результатов образовательного модуля в европейских грантовых программах [Электронный ресурс] / И.А. Латыпов // Материалы Всероссийской научной конференции «Приоритеты стратегии научно-технологического развития России и обеспечение воспроизводства инновационного потенциала высшей школы». – Ижевск: Удмуртский университет, 2019. – С. 299-304. ISBN 978-5-4312-0679-5. – <http://priority2019.conf.udsu.ru/files/1396355341.pdf> (Дата обращения: 20.02.2019).



14. Латыпов И.А. Социально-коммуникативные технологии формирования информационного общества в Удмуртии / И.А. Латыпов, Е.Ю. Обидина, О.П. Соколова [и др.]. ; ред. Латыпов И.А. – Ижевск, 2015. – 214 с. – ISBN 978-5-4312-0349-7.
15. Массмедиа в условиях глобализации. Информационно-коммуникационная безопасность / В.И. Василенко, В.В. Василенко, Р.Н. Мамедов [и др.] ; Рос. акад. нар. хоз. и гос. службы при Президенте Рос. Федерации; Центр соц. инноваций и коммуникаций в гражданском обществе; под общ. ред. В.И. Василенко. – Москва : Проспект, 2015. – 163 с.
16. Панченко Н.В. Манипулятивная природа аргументации в PR-тексте. URL: <http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=%D0%B0%D1%80%D0%B3%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%B2%20pr&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ksu.ru%2Fconf%2FLENCA-2%2F296.rtf&ei=0fPJTpvGsnk4QSCoKlS&usg=AFQjCNEi5NJa8o4nvxgdEjn-yXzrn001Hw&cad=rjt> (дата посещения: 23.08.2019).
17. Петкун Д.Е. PR-технологии как составляющая научных исследований // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – 2014. – № 12. – С. 120–123.
18. Ульяновский А. Мифологические аргументации в PR // URL: <http://www.advi.ru/archive/article.php3?pid=329&mag=45&rub=0>.
19. Хазагерев Г.Г. Риторика для делового человека / Хазагерев Г.Г., Корнилова Е.Е. – Москва, 2003.
20. Шибанова Ю.В. Текстовая парадигма коммуникации в деятельности служб по связям с общественностью органов власти и управления в условиях формирования новой медиасреды (региональный опыт) : спец. 10.01.10 – Журналистика (филол. науки): автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук / Ю.В. Шибанова; науч. рук. О.Н. Савинова. – Тверь, 2017. – 23с.

### **Периодические издания**

1. Вестник Удмуртского университета: электронный научный журнал. 2020 / Режим доступа: href=<http://www.vestnik.udsu.ru> – Загл. с экрана.
2. Ежегодник «Запад-Восток». 2019. № 12.
3. Журнал «Философия науки». – Новосибирск, 2020.
4. Информационное общество. 2019.
5. Современные проблемы науки и образования: электронное научное издание (журнал). 2020/ Режим доступа: <http://www.science-education.ru/>.

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети**

#### **«Интернет»**

1. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): [www.akos.newmail.ru](http://www.akos.newmail.ru)
2. Журнал «Советник»: [www.SOVETNIK.ru](http://www.SOVETNIK.ru)
3. Журнал PR-Week: [www.prweekuk.com](http://www.prweekuk.com)
4. «Медиаскоп»: – электронный научный журнал МГУ им. М.В. Ломоносова: <http://www.mediascope.ru>
5. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA): [www.ipranet.ru](http://www.ipranet.ru)
6. Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO): [www.marrtex.co.uk/prca](http://www.marrtex.co.uk/prca)
7. Научная библиотека УдГУ: <http://lib.udsu.ru/>
8. Научный журнал «Медиаальманах»: <http://mediaalmanah.ru>
9. Национальная библиотека Удмуртской Республики: <http://unatlib.org.ru/>
10. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
11. E-library: российская научная электронная библиотека. <http://elibrary.ru>

### **Электронные учебники и интернет-источники**

1. Латыпов И.А. Электронный практикум по курсу «Методология формирования инновационной культуры». URL:  
<http://e-learning.udsu.ru/course/view.php?id=203> (06.09.2019)
2. Социально-гуманитарные знания. – Режим доступа:  
<http://elibrary.ru/issues.asp?id=9127>
3. <http://www.altshuller.ru> (06.09.2019).

### **Дополнительная учебная и методическая литература**

1. Кузнецова А.С. Подготовка и оформление магистерской диссертации, научно-исследовательской работы и преддипломной практики : учеб.-метод. пособие / А.С. Кузнецова, В.В. Гилка ; ВолгГТУ. – Волгоград, 2022. – 104 с. – Режим доступа:  
[https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_49814706\\_66047799.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_49814706_66047799.pdf)
2. Латыпов И.А. Методические материалы модульной программы «Европейский опыт инновационной культуры и отношений интеллектуальной собственности: коммуникативные аспекты» для обучающихся в рамках гранта № 575008-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE / И.А. Латыпов, О.В. Меншатова. – Ижевск: Удмуртский университет, 2018. – 100 с. – Режим доступа:  
[http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/17412/457лб\\_1000932720\\_06.07.2018.pdf?sequence=1](http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/17412/457лб_1000932720_06.07.2018.pdf?sequence=1). – ISBN 978-5-4312-0629-0.
3. Методические указания по практической подготовке студентов для направления 42.04.05 «Медиакоммуникации»: Наименование магистерской программы 42.04.05.04 «Цифровые медиакоммуникации на международных рекламных рынках»: [Электрон. ресурс] / сост.: И.А. Латыпов, О.П. Соколова, С.Ф. Бородулина. – Ижевск : Удмуртский университет, 2023. – 37 с.
4. Методические указания по выполнению контрольных, курсовых и выпускных квалификационных работ для студентов Института социальных коммуникаций. – Ижевск, 2017.

5. Методические указания по написанию курсовых и выпускных квалификационных работ для студентов кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций / сост. С.А. Даньшина, Н.А. Кононова, Е. И. Михалёва и др. – 6-е изд., перераб. и доп. – Ижевск: Удмуртский университет, 2022. – 39 с.

### **Перечень программного обеспечения**

1. Acrobat Professional 11 Academic Edition License Russian Multiple Platforms
2. DrWeb Desktop Security Suite, DrWeb Server Security Suite
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition.
4. Microsoft School Agreement 3.5 SUBSCRIPTION ENROLLMENT (Windows, Office, Servers, Windows Server); Microsoft Windows, Microsoft Office
5. Oracle Application Server Forms and Reports (ИИАС)

### **Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

1. Научная библиотека УдГУ: <http://lib.udsu.ru/>
2. <http://e.lanbook.com/> (через сеть УдГУ)
3. <http://elibrary.ru/> –научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - это крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 млн. научных статей и публикаций. На платформе eLIBRARY.RU доступны электронные версии более 2500 российских научно-технических журналов, в том числе более 1300 журналов в открытом доступе.
4. Национальная библиотека Удмуртской Республики: <http://unatlib.org.ru/>
5. <http://iprbookshop.ru/> (через сеть УдГУ)

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Каждое семинарское занятие нацелено на более глубокое и расширенное изучение вопросов лекций по соответствующим темам. Студентам рекомендуется, основываясь на лекционном материале, проработать специализированную литературу и таким образом окончательно сформировать соответствующие компетенции.

Наличие навыков практической и аналитической деятельности даст возможность студенту эффективно рассматривать основные вопросы курса и их востребованности.

Готовясь к семинару, студенту необходимо:

- ознакомиться с содержанием текста лекций преподавателя;
- изучить основную и дополнительную литературу к теме;
- выяснить в справочных изданиях значение непонятных терминов;
- проявлять активность не только при выступлении, но и при обсуждении темы, а также дополнять, конкретизировать, задавать вопросы;
- пользоваться учебно-методическими материалами и пособиями с целью образного восприятия материала. В частности:

- Латыпов И.А. Электронный практикум по курсу «Методология формирования инновационной культуры». URL: <http://e-learning.udsu.ru/course/view.php?id=203> (Дата посещения: 6 сентября 2019г.)
- Методические указания по практической подготовке студентов для направления 42.04.05 «Медиакоммуникации»: Наименование магистерской программы 42.04.05.04 «Цифровые медиакоммуникации на международных рекламных рынках»: [Электрон. ресурс] / сост.: И.А. Латыпов, О.П. Соколова, С.Ф. Бородулина. Ижевск: Удмуртский университет, 2023. - 37 с.
- Методические указания по выполнению контрольных, курсовых и выпускных квалификационных работ для студентов Института социальных коммуникаций. – Ижевск, 2017.
- Методические указания по написанию курсовых и выпускных квалификационных работ для студентов кафедры истории, теории и практики

социальных коммуникаций / сост. С.А. Даньшина, Н.А. Кононова, Е.И. Михалёва и др. – 6-е изд., перераб. и доп. – Ижевск: Удмуртский университет, 2022. – 39 с.

Студентам рекомендуется периодически повторять пройденный материал, основные формулировки понятий, имена исследователей и даты. Это даст возможность качественной подготовки и сдачи экзамена.

При изучении рекомендованной литературы следует рационально подойти к оценке смысла прочитанного. Акцентировать внимание на разнообразии подходов к анализу методологии.

Для успешного выполнения контрольных и реферативных работ по данной дисциплине необходимы освоение и анализ теоретических источников по данному предмету и активная работа на практических занятиях по прикладным аспектам методологии в медиакоммуникациях.

Наряду с этим, написание контрольных работ по данной дисциплине также требует активного использования и критического анализа Интернет-ресурсов. Это связано с быстрым устареванием печатных текстов и постоянным появлением новых сетевых материалов.

Контрольная работа по данному предмету должна быть аналитически проработана. Обязателен подробный план работы, структурированный в соответствии с тем, в какой последовательности необходимо решать задачи исследования для достижения поставленной цели.

Введение должно выражать актуальность исследования, степень разработанности темы, ставить цель и задачи, характеризовать используемые методы, содержать обзор литературы, обосновывать структуру работы.

Основная часть контрольного исследования должна быть структурированной с учетом того, в каких параграфах и главах решаются сформулированные задачи работы. Успешность достижения поставленной цели в значительной степени будет зависеть от уровня научной культуры студентов.

Заключительная часть должна подводить итоги исследования и выражать результаты контрольной работы.

Список литературы будет неполон без указания электронных изданий, посвященных проблемам методологии в медиакommunikациях.

### **Общие требования к контрольным работам**

Контрольная работа представляет собой самостоятельное исследование студента по предложенной теме, отражающей содержание курса.

Тему для написания работы каждый студент выбирает сам.

Содержание работы должно, с одной стороны, продемонстрировать хорошее владение теоретическим материалом (знание определений, основных подходов и концепций), а с другой, подтвердить наличие у студента навыков проведения исследования в рамках конкретного подхода.

Структура контрольной работы должна включать:

- Титульный лист
- Содержание (План).
- Введение.
- Основная часть (состоит из 3-4 разделов по числу подходов).
- Заключение.
- Список литературы.

Во введении обосновываются актуальность выбранной темы, цель и задачи работы.

В основной части раскрывается содержание работы в соответствии с поставленными задачами.

В заключении формулируются основные выводы, которые должны соответствовать цели и задачам работы.

Список литературы должен включать не менее 5 работ, указанных в алфавитном порядке.

Оформление работы должно соответствовать общим требованиям, предъявляемым к учебно-исследовательским работам. Объем работы должен

быть не менее 10 страниц. В тексте обязательно должны даваться ссылки на используемые работы согласно списку литературы.

При оценке контрольной работы учитываются полнота и соответствие содержания заявленной теме, а также правильность оформления в соответствии с предъявляемыми требованиями.



# ПРИЛОЖЕНИЕ

### Понятийный аппарат курса

**Анализ** – это мысленное или реальное расчленение изучаемого объекта на части. В науке анализ позволяет выделять различные составные части, аспекты, грани, факторы изучаемого объекта.

**Аргументация** – это процесс обоснования определённого суждения (тезиса). С логической точки зрения, аргументация представляет собой доказательство или опровержение.

**Аргументы** – это доводы, используемые для обоснования тезиса.

**Демонстрация доказательств** – это реализация такого мыслительного процесса, в котором исходными суждениями являются аргументы, а заключением является тезис аргументации.

**Задачи исследования** определяются поставленной целью (гипотезой) и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути и средства) решения проблемы.

**Компаративистика** (от англ. comparative – сравнительный) – это понятие, характеризующее сравнительную методологию, общее название сравнительных методов в различных областях, в том числе, в сравнительном анализе научных и технологических проблем.

**Метод** (от греч. methodos – путь исследования, теория, учение) - способ достижения какой-либо цели, решения конкретной задачи; совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения (познания) действительности. Научный метод – способ построения и обоснования системы теоретического знания об изучаемом предмете. К задачам научного исследования при использовании какого-либо метода явно или неявно относится теоретическое обоснование полученного результата, в отличие от методики.

**Методика** – это фиксированная, устойчивая совокупность приёмов практической деятельности или алгоритм исследовательских действий, которые приводят к заранее предполагаемому результату. Методика концентрируется на технической стороне эксперимента и на регламентации действий исследователя. В научном познании методика играет важную роль в эмпирическом исследовании (наблюдении и эксперименте).

**Методология** – понятие, выражающее в различных подходах: а) учение о методе (как перевод последнего корня в сочетании слов «метод» и «логос» с греческого языка); б) учение о выборе и развитии методов; в) общая теория планирования и изменения человеческой деятельности; г) система нематериальных средств познания и практической деятельности, разрабатываемых в какой-либо науке; или учение о принципах построения, формах и способах научного познания (как методология данной науки); д) система методологических средств научных исследований, использующихся и представленных в соответствующей учебной дисциплине, а также система средств внедрения добытых знаний в преподавании этого учебного предмета (как методология данной учебной дисциплины).

**Мировоззрение** – целостная система взглядов на мир и на место человека в мире.

**Наука** – это: 1) сфера человеческой деятельности, функция которой – выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности; 2) одна из форм общественного сознания; 3) обозначение отдельных отраслей научного знания.

**Научным** называется такое **исследование**, функцией которого является выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности.

**Научная новизна** означает новый научный результат, новое решение поставленной проблемы, ожидаемое по завершении исследования; может выражаться в новом объекте или предмете исследования (если он рассматривается впервые), вовлечении в научный оборот нового материала,

в иной постановке известных проблем и задач, новом методе решения или в новом применении известного решения или метода, в новых результатах эксперимента, разработке оригинальных моделей и т.п.

**Объект исследования** – понятие, выражающее ту часть реальности (система любого уровня иерархии, процесс, явление, знание, порождающие проблемную ситуацию), которая изучается и/или преобразуется исследователем.

**Оппонент** - это такой субъект аргументации, который оспаривает тезис пропонента.

**Предмет исследования** находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании; соответствующая сфера процессов существования и/или развития объекта. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему.

**Проблема** – это противоречивая ситуация, выступающая в виде полностью или частично несовместимых позиций (в объяснении каких-либо явлений, объектов или процессов), требующая адекватной теории для ее разрешения; неблагоприятное положение в какой-либо области деятельности, т.е. расхождение между ожидаемым и фактическим состоянием дела, выражающее проблемную ситуацию.

**Проблемная ситуация** в науке – понятие, характеризующее противоречивую ситуацию, выступающую в виде полностью или частично несовместимых позиций (в объяснении каких-либо явлений, объектов или процессов), требующую адекватной теории для ее разрешения.

**Прогностическим** называется такое **исследование**, целью и функцией которого является предсказание процессов и явлений действительности, составляющих предмет их изучения, на основе открываемых ими законов.

**Пропонент** – это такой субъект аргументации, который обосновывает определённое суждение (тезис).

**Рабочая гипотеза** – предположение о возможном результате исследования, которое предстоит подтвердить или опровергнуть.

**Реципиент** – это такой субъект аргументации, который не оспаривает тезис пропонента.

**Система** – это совокупность взаимодействующих элементов, их взаимосвязей и правил изменения.

**Системный анализ** – совокупность методологических средств, используемых для подготовки и обоснования решений по сложным проблемам в теоретическом и практическом освоении действительности. Опирается на системный подход.

**Системный анализ истории медиакоммуникаций** связан в наибольшей степени с рассмотрением процессов развития медиакоммуникаций как сложных развивающихся систем. Основная процедура – построение обобщенной модели, отображающей основные этапы, уровень развития медиакоммуникаций и взаимосвязи междисциплинарных процессов их исследований.

**Системный подход** – это направление методологии научного познания и социальной практики, в основе которого лежит рассмотрение объектов как сложных систем и метасистем, состоящих из подсистем более низкого уровня; ориентирует исследование на раскрытие целостности объекта, на выявление многообразных типов связей в нем и сведение их в единую теоретическую картину.

**Ситуационный метод** познания является таким методом исследования, который основное внимание уделяет конкретной ситуации, характеризующей определенный предмет исследования; его объектом исследования является новая ситуация (кейс). Кейс-стадиес (case-studies) сочетают в себе универсальность и локальность, аналитичность и синтетичность.

**Тезаурус** какой-либо науки (от греч. thesauros - сокровище) – это:

1) вид толкового словаря, в котором максимально полно представлены основные понятия науки с примерами их употребления в научном тексте.

2) вид идеографического словаря, в котором слова, относящиеся к какой-либо области знания (науки), расположены по тематическому принципу

и показаны смысловые, родо-видовые, синонимические и др. отношения между понятиями этой науки.

**Тезис** – это суждение, обосновываемое в процессе аргументации.

**Тема научного исследования** – это составная часть проблемы, охватывающая ряд вопросов конкретного исследования.

**Целью исследования** является решение поставленной научной проблемы, получение нового знания о предмете и объекте.

**Эвристических («ключевых») вопросов метод** выражает методологическую основу эвристики. Метод ключевых вопросов целесообразно применять для сбора дополнительной информации в условиях проблемной ситуации или упорядочения уже имеющейся информации в самом процессе решения творческой задачи. Эвристические вопросы служат дополнительным стимулом, формируют новые стратегии и тактики решения творческой задачи.

**Эвристика** (от греч. *heurisko* – отыскиваю, открываю):

1) специальные методы, используемые в процессе открытия нового (эвристические методы).

2) Наука, изучающая продуктивное творческое мышление (эвристическая деятельность).

**Big data** – словосочетание, формально (буквально) переводящееся с англ.яз. как большие данные. Реально является многозначным и выражающим совокупность технологий, средств и методов работы с такими данными, которые характеризуются большим объёмом, большой скоростью накопления, большим разнообразием и некоторыми другими существенными признаками, число которых постепенно растёт, а полного согласия по поводу их количества, степени значимости, иерархии приоритетов и полноты среди специалистов по Big data нет.

Термин Big data впервые введён в широкий научный оборот в сентябре 2008 года в специальном выпуске журнала Nature о больших данных.

Наибольшую эффективность технологии и методы исследования Big data демонстрируют в обработке неструктурированных и неопределённо структурированных данных.

**Case-studies** – словосочетание, формально (буквально) переводящееся с англ.яз. как ситуационные исследования. Метод «Case-studies» разрабатывался и разрабатывается для обучения с конца XIX века сначала лишь в Гарвардской школе права, затем с начала 1920-х годов в Гарвардской школе бизнеса. Понятие «Case-studies» обобщает эмпирические методы исследования уникальных ситуаций (кейсов) из реальной социально-экономической практики. За последнюю сотню лет метод «Case-studies» превратился в один из самых популярных и эффективных методов практико-ориентированного обучения (см. выше в Приложении материал «Ситуационный метод познания»).

**Data driven** (англ. «управляемый данными») – это подход к управлению, основанный не столько на опыте и интуиции, сколько на тщательном анализе собираемых данных, а в последнее время и больших данных. Большое распространение получает благодаря технологиям Big data, Digital marketing и др.

**Digital marketing** (диджитал-маркетинг) – это использующееся с рубежа XX-XXI в. обобщающее название для различных методов, методик и технологий интерактивного маркетинга на основе цифровых технологий. Digital marketing использует SEO (поисковую оптимизацию), SMM (маркетинг социальных медиа) и др.

**HADI**-цикл (англ. Hypothesis Action Data Insights) – это методика тестирования маркетинговых гипотез, в соответствии с которой выделяются 4 следующих этапа:

1. создание гипотезы,
2. проверка гипотезы,
3. достижение результата,
4. выводы, заключение.

*Учебное издание*

Составитель:

Ильдар Абдулхаевич Латыпов

**Методология и методы научного исследования  
в профессиональной сфере**

Учебно-методическое пособие

для студентов магистерской программы 42.04.05.04 «Цифровые  
медиакоммуникации на международных рекламных рынках»

*Авторская редакция*

*Компьютерная верстка: Данилова В.В.*

Издательский центр «Удмуртский университет»  
426034, г. Ижевск, ул. Ломоносова, 4Б, каб. 021  
Тел. + 7 (3412) 916-364, E-mail: editorial@udsu.ru