

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ  
ТАДЖИКИСТАН  
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**



**«Утверждаю»**

**Проректор по науке и инновациям**

**Золотухин А.В.**

**«27» 09 2024г.**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Социологические и маркетинговые исследования СМИ**

Шифр группы научной специальности – **5.9. «Филология»**

Шифр научной специальности – **5.9.9. - «Медиакоммуникации и журналистика»**

Форма подготовки – **очная**

Уровень подготовки – **аспирантура**

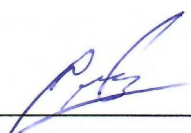
Душанбе 2024 г.

Рабочая программа составлена в соответствии федерального государственного требованиями утверждённого приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 951 от 20 октября 2021г.

Рабочая программа рассмотрена и утверждён на заседании кафедры отечественной и международной журналистики (протокол № 1 от 23 августа 2024г.)

Рабочая программа рассмотрена и утверждён на заседании Ученого совета МОУ ВО «РТСУ» (протокол № 1 от 26 августа 2024г.)

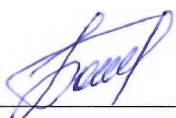
Декан факультета русской филологии,  
журналистики и медиатехнологий

  
Салоев А.Т.

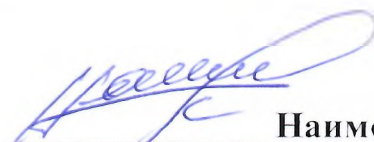
Начальник отдела по подготовке  
научно-педагогических кадров

  
Нурова Х.С.

Заведующая кафедрой отечественной и  
международной журналистики

  
Мансурова Б.С.

Разработчик:  
Ст. преп. кафедры отечественной и  
международной журналистики

  
Наимов Х.Д.

## **1. Цель освоения дисциплины**

### **Цель:**

Основной целью изучения данного курса является теоретическая и практическая подготовка аспирантов-журналистов к работе с социологической информацией. Как самостоятельная дисциплина изучает историю и теорию социологии журналистики, методологию и методику научных исследований в данной сфере, в том числе аудитории средств массовой информации как объекта социологического анализа, маркетинга и рекламы как неотъемлемых составляющих деятельности работников современных СМИ, а также применение социологических методов в современной практике работы редакции и журналиста.

По завершению курса аспиранты должны овладеть знаниями об основных теоретических социологических подходах и современных методах изучения СМИ и приобрести навыки применения их в журналистике.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- углубить имеющиеся знания в данной области
- дать практические навыки использования методов социологических и маркетинговых исследований в подготовке журналистских материалов на актуальные социальные проблемы общества для различных средств массовой информации;
- получить практические навыки в проведении социологического анализа аудитории ТВ и радиоканалов России и Таджикистана;
- получить практические навыки применения маркетинговых исследований в СМИ.

## **2. Требования к результатам освоения дисциплины**

Дисциплина **2.1.7. «Социологические и маркетинговые исследования СМИ»** относится к базовой части образовательного компонента учебного плана аспирантуры и осваивается в 1 семестре.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с подготовкой научных публикаций как неотъемлемой части исследовательской работы аспиранта.

В результате освоения данной дисциплины аспирант должен:

### **Знать:**

- о социальных функциях журналистики;
- социальных закономерностях журналистской деятельности, взаимодействии журналиста с другими субъектами отношений в обществе;

- назначении и характерных чертах социологических и маркетинговых исследованиях СМИ;

#### **Уметь:**

- применять и развивать навыки в подготовке социологического инструментария для сбора и обработки информации;
- освоении методологии и методики подготовки журналистских социологических публикаций.

#### **Владеть:**

- понятийным аппаратом дисциплины;
- знанием о специфике использования методов социологического исследования в деятельности журналиста как неотъемлемого элемента его профессионализма и творческой деятельности.

### **3. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 з.е., всего - 36 часов., из них лекционных – 20 часов, самостоятельных работ - 16.

### **4. Виды учебной работы по периодам освоения программы аспирантуры**

| Вид учебной работы                        |         | ВСЕГО,<br>ак.ч. | курс  |   |   |
|-------------------------------------------|---------|-----------------|-------|---|---|
|                                           |         |                 | 1     | 2 | 3 |
| Контактная работа, ак.ч                   |         | 36 ч.           | 36 ч. |   |   |
| В том числе:                              |         |                 |       |   |   |
| Лекции (ЛК)                               |         | 20 ч.           | 20 ч. |   |   |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     |         | -               | -     |   |   |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. |         | 16 ч.           | 16 ч. |   |   |
| Контроль (зачет), ак.ч.                   |         | +               |       |   |   |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.   | 36 ч.           | 36 ч. |   |   |
|                                           | зач.ед. | 1               | 1     |   |   |

### **5. Содержание дисциплины**

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Наименование раздела дисциплины | Раздел дисциплины | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу аспирантов и трудоёмкость (в часах) |
|---------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 |                   |                                                                                         |

|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Лек. | СР |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|
| Раздел 1.<br><b>Предмет и задачи курса</b>                                                                               | <b>Тема 1.</b> Предмет социологии журналистики, ее место в системе наук об обществе. Связь журналистики с социологией; применение социологической теории, подходов в журналистской работе.                                                                                                                                                                                     | 2    |    |
| Раздел 2.<br><b>Социологическое мышление журналиста</b>                                                                  | <b>Тема 2.</b> Анализ анкет студентов и дискуссия о том, какими качествами должен обладать современный журналист.                                                                                                                                                                                                                                                              |      | 2  |
| Раздел 3.<br><b>История развития социологии журналистики</b>                                                             | <b>Тема 3.</b> Связь журналистики с социологией: этапы развития. Социологичность как ракурс анализа функционирования системы средств массовой информации. «Риторика» и «Политика» Аристотеля. Эпоха Просвещения и Возрождения.                                                                                                                                                 | 2    |    |
| Раздел 4.<br><b>Журналистика как социальный институт общества</b>                                                        | <b>Тема 4.</b> Дискуссия «СМИ Таджикистана: проблемы и перспективы развития». Структура массово-коммуникационного процесса.                                                                                                                                                                                                                                                    |      | 2  |
| Раздел 5.<br><b>Социологическая модель массовой коммуникации</b>                                                         | <b>Тема 5.</b> Основные элементы, их характеристика. Социальные функции массовой коммуникации. Обзор основных социологических теорий массовой коммуникации.                                                                                                                                                                                                                    | 2    |    |
| Раздел 6.<br><b>Изучение интересов аудитории: популярность, рубрики, актуальные проблемы по материалам статей о СМИ.</b> | <b>Тема 6.</b> Аудитория как итоговый этап коммуникации. Аудитория СМИ как объект социологического анализа. Факторы, определяющие основные субъективные и объективные характеристики аудитории.                                                                                                                                                                                |      | 2  |
| Раздел 7.<br><b>Процедура социологического исследования</b>                                                              | <b>Тема 7.</b> Типы, процедуры и этапы эмпирического исследования. Программа социологического исследования. Определение проблемы исследования, целей и задач исследования. Гипотезы исследования. Измерение (эмпирические показатели). Понятие о выборке социологического исследования. Особенности конструирования выборок. Методы сбора информации. Инструментарий. Пилотаж. | 2    |    |
| Раздел 8.<br><b>Журналист и редакция как объект социологии журналистики</b>                                              | <b>Тема 8.</b> Зачем нужны знания о самих себе? Из истории изучения журналиста и редакции. Результаты исследований. Редакционный коллектив и журналистская деятельность. Подходы к изучению редакции и журналиста. Применение социологических методик для изучения журналистов.                                                                                                |      | 2  |
| Раздел 9.<br><b>Использование социологического исследования в журналистике</b>                                           | <b>Тема 9.</b> Социальная проблематика в СМИ. Роль выявления проблемы, понятий, задач в подготовке журналистских материалов.                                                                                                                                                                                                                                                   | 2    |    |
| Раздел 10.<br><b>Применение социологического</b>                                                                         | <b>Тема 10.</b> Разновидности опросов. Анкетирование. Интервьюирование (почтовое, телефонное, компьютерное). «Омнибусы», фокусные интервью,                                                                                                                                                                                                                                    |      | 2  |

|                                                                                                                       |                                                                                                                                                |              |              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| <b>опроса в журналистике</b>                                                                                          | опросы экспертов. Репрезентативность, качество вопросника, поведение анкетеров и интервьюеров. Перевод вопросника на язык опрашиваемого.       |              |              |
| Раздел 11.<br><b>Вопросы в анкете и интервью (анализ анкет, бланков интервью)</b>                                     | <b>Тема 11.</b> Вопросы в анкете и интервью (анализ анкет, бланков интервью)                                                                   | <b>2</b>     |              |
| Раздел 12.<br><b>Применение метода анализа документов в журналистике</b>                                              | <b>Тема 12.</b> Понятие документа, типы документов. Контент-анализ и его разновидности. Методика проведения качественного анализа.             |              | <b>2</b>     |
| Раздел 13.<br><b>Анализ печатных СМИ Таджикистана (составление и применение бланка анализа документов)</b>            | <b>Тема 13.</b> Анализ печатных СМИ Таджикистана (составление и применение бланка анализа документов)                                          | <b>2</b>     |              |
| Раздел 14.<br><b>Маркетинговые исследования и СМИ</b>                                                                 | <b>Тема 14.</b> Маркетинговые исследования. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Взаимосвязь и особенности журналистики, рекламы и PR | <b>2</b>     |              |
| Раздел 15.<br><b>Применение качественных методов исследования в журналистике</b>                                      | <b>Тема 15.</b> Фокус-группы. Case-study. Психолингвистические тесты. Лабораторные эксперименты с видеоматериалом.                             | <b>2</b>     |              |
| Раздел 16.<br><b>Обсуждение подготовки и проведения собственного социологического/маркетингового исследования СМИ</b> | <b>Тема 16.</b> Общее и особенное в применении методов сбора информации в социологии и журналистике.                                           |              | <b>2</b>     |
| Раздел 17.<br><b>Презентация и обсуждение проведенных социологических/маркетинговых исследований СМИ</b>              | <b>Тема 17.</b> Социологический инструментарий журналиста. Подготовка и публикация данных.                                                     | <b>2</b>     |              |
| Раздел 18.<br><b>Потенциальная и реальная аудитория. Объективные условия приема информации.</b>                       | <b>Тема 18.</b> Потенциальная и реальная аудитория. Объективные условия приема информации.                                                     |              | <b>2</b>     |
| <b>ИТОГО:</b>                                                                                                         |                                                                                                                                                | <b>20 ч.</b> | <b>16 ч.</b> |

## 6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины «Социологические и маркетинговые исследования СМИ» указана в таблице № 6.1.

Таблица 6.1.

| Тип аудитории                          | Оснащение аудитории                                                                                                                                                                       | Специализированные учебное/практическое оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)                                          |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционная                             | Занятия по дисциплине проводятся лекционных аудиториях, оборудованных видеопроекторными оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Ауд. 107 нового корпуса. | Для лекций используется компьютер/ноутбук; проектор; экран. Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска) |
| Семинарская                            |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                           |
| Компьютерный класс                     |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                           |
| Для самостоятельной работы обучающихся |                                                                                                                                                                                           | Для самостоятельной работы используется компьютер/ноутбук; проектор; экран; Ауд. 107 нового корпуса.                                                      |

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы аспирантуры, включает в себя лабораторное оборудование в зависимости от степени сложности, для обеспечения преподавания дисциплин (модулей), осуществления научно-исследовательской деятельности и подготовки научно-квалификационной работы (диссертации), а также обеспечения проведения практик. Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению зависят от направленности программы и определяются в примерных основных образовательных программах.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

### Основная литература:

1. Социология журналистики: учебник для бакалавров /под ред. С.Г.Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Издательство Юрайт, 2013.
2. Куватова А.А. Концептуальные подходы к изучению современных медиа и медиакommunikаций/Актуальные проблемы журналистики. Сборник научных

статей. Вып.9. / Под общ. ред. проф. Н.Н. Салихова. – Душанбе: РТСУ, 2016.- С.17-25.

3. Куватова А.А. Методика социологических исследований рекламы и PR в электронных СМИ Таджикистана. /Актуальные проблемы журналистики. Сборник научных статей. Выпуск 8. -Душанбе: РТСУ, 2015.- С.181-189.

4. Куватова А.А. Социологические исследования взаимодействия СМИ, рекламы и PR в Таджикистане/Актуальные проблемы журналистики. Сборник научных статей. Выпуск 7. -Душанбе: РТСУ, 2014.- С.29-34.

### **Дополнительная литература**

1. Ворошилов В.В. Маркетинговые коммуникации в журналистике: конспект лекций - Изд-во В.А.Михайлова.- Санкт-Петербург, 2000. . [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru>

2. Как провести социологическое исследование. М., 1986.

3. Колесниченко А.В. Зарубежные исследования аудитории прессы (учебное пособие) Под редакцией И.Д.Фомичевой. М., 2009. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru>

4. Коробейников В.С. Редакция и аудитория. Социологический анализ.- М., 1983.

5. Коробицын В.И., Юдина Е.Н. Социологические исследования ТВ и рекламы.- М.: РИП-холдинг, 2006.

6. Рабочая книга социолога/ Под общей ред. и с предисл. Г.В. Осипова. Изд.3-е. М.: Едиториал УРСС, 2003.

7. Социология журналистики: Учебное пособие для студентов вузов/ Под ред. Корконосенко.- М.: Аспект Пресс, 2004. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru>

8. Телевизионная журналистика: Учебник. 4-е изд// Редколлегия: Г.В. Кузнецов, В.Л.Цвик, А.Я. Юровский.- М.: Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. . [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru>

9. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001

10. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2003.

11. Ядов. В.А. Социологические исследования: методология, программа, методы.- М., 1987.

12. Фомичева И.Д. Социология СМИ.- М.: Аспект Пресс, 2007. . [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://yanko.lib.ru/books/smi/fomicheva-soc\\_smi-2007-ann.htm](http://yanko.lib.ru/books/smi/fomicheva-soc_smi-2007-ann.htm)

13. Шарков Ф.И., Родионова А.А. Социология массовой коммуникации.: Учебное пособие.: В 2-х частях. Техника и технология сбора и обработки информации. М. Издательский дом «Социальные отношения», Издательство «Перспектива», 2003.

### **Нормативно-правовые акты:**

1. [www.mmk.tj](http://www.mmk.tj) – Национальный центр законодательства при Президенте РТ

2. [www.medialawca.org](http://www.medialawca.org) – Право и СМИ ЦА
3. [www.reporter.tj](http://www.reporter.tj) – Reporter.tj
4. Этические нормы журналистской деятельности в Таджикистане [электронный ресурс], - режим доступа: [www.odob.tj](http://www.odob.tj)

## **Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:**

### **А) сайты печатных и электронных СМИ России и Таджикистана:**

1. [www.khovar.tj](http://www.khovar.tj) - Национальное Информационное Агентство «Ховар»
2. [www.avesta.tj](http://www.avesta.tj) – Информационное агентство «Авеста»
3. [www.news.tj](http://www.news.tj) – Информационное агентство «Азия-Плюс»
4. [www.gazeta.tj](http://www.gazeta.tj) – Интернет-версии ООО «Чархи Гардун»
5. [www.varorud.tj](http://www.varorud.tj) – Информационное агентство «Вароруд»
6. [www.1tv.ru](http://www.1tv.ru) – Первый канал России
7. <http://rtr-planet.com/> - ТВ канал РТР «Планета»
8. [www.vatan.tj](http://www.vatan.tj) – Радио «Ватан» РТ
9. [www.jahonnamo.tj](http://www.jahonnamo.tj) – ТВ «Джахоннамо»
10. [www.tv.tj](http://www.tv.tj) – ТВ «Таджикистан»
11. [www.sinamo.tj](http://www.sinamo.tj) – ТВ «Синамо»

### **Б) электронные библиотеки по журналистике:**

1. <http://www.library.cjes>. – Библиотека Центра экстремальной журналистики – одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистике в Интернете;
2. <http://www.evartist.narod.ru> - электронная библиотека, включающая разделы: История журналистики, Теория и практика журналистики, Социология журналистики, Реклама, маркетинг и PR, Логика и риторика, Справочники и словари;
3. <http://journalist.virt-ru> – электронный архив журнала «Журналист»;
4. <http://e-cis.info/index>.

### **В) Сайты ведущих социологических организаций**

1. Фонд общественное мнение (ФОМ) - <http://fom.ru/>
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - <http://wciom.ru/>
3. «Левада-центр»: изучение общественного мнения - <http://www.levada.ru/>
4. Институт Гэллапа - <http://www.gallup.com/>
5. Институт социологии образования РАО - <http://www.socioedu.ru/>
6. Международная социологическая ассоциация (МСА) - <http://www.isa-sociology.org/>
7. Международный институт исследований и образования - <http://www.iire.org/>
8. Международный институт социологии (МИС) - <http://www.iisoc.org/>
9. Российское общество социологов - <http://www.ssa-rss.ru/>
10. Фонд социальных исследований - <http://www.socio-fond.com/>

## Базы данных и поисковые системы:

1. <http://elsevierscience.ru/events/webinars/> – Онлайн-тренинги (Webinars) Elsevier
2. <http://elsevierscience.ru/info/scopus-course/> – Онлайн-курс "Инструменты Scopus"
3. [http://spmi.ru/sites/default/files/imci\\_images/sciens/pdf/informaciya\\_dlya\\_provedeniya\\_patentnogo\\_poiska.pdf](http://spmi.ru/sites/default/files/imci_images/sciens/pdf/informaciya_dlya_provedeniya_patentnogo_poiska.pdf) – информация для проведения патентного поиска по российским и зарубежным базам данных
4. <https://clarivate.ru/webinars> – Бесплатные онлайн-семинары Clarivate Analytics
5. <https://rupto.ru/ru> - «Роспатент» – Федеральная служба по интеллектуальной собственности
6. <https://webofsciencelearning.clarivate.com/learn/signin> – Образовательный онлайн модуль Web Of Science Group Learning
7. <https://www.antiplagiat.ru/training> / – Бесплатные обучающие вебинары системы «Антиплагиат»
8. <https://www1.fips.ru/> – Федеральный институт промышленной собственности
9. [lagunita.stanford.edu/courses/course-v1:Medicine+SciWrite+Ongoing/about](http://lagunita.stanford.edu/courses/course-v1:Medicine+SciWrite+Ongoing/about) – Бесплатный онлайн-курс по написанию научных трудов на английском языке «Writing in the Sciences», Стэнфордский университет.
10. [www.academia.edu](http://www.academia.edu) – академическая платформа для свободного обмена научными работами на английском языке.
11. [www.utr.spb.ru/info/Topo\\_%D0%A2%D0%9A\\_061115\\_1.pdf](http://www.utr.spb.ru/info/Topo_%D0%A2%D0%9A_061115_1.pdf) – Союз переводчиков России. Принципы и правила транслитерации и перевода на английский язык названий объектов.
12. Европейская цифровая библиотека Europeana: <http://www.europeana.eu/portal>
13. Мировая цифровая библиотека: <http://wdl.org/ru>
14. Научная электронная библиотека «eLIBRARY»: <https://elibrary.ru/>
15. Научная электронная библиотека «Scopus» <https://www.scopus.com>
16. Научная электронная библиотека ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com>
17. Поисковые системы Google, Yandex, Rambler, Yahoo и др.
18. Система ГАРАНТ: электронный периодический справочник [Электронный ресурс] [www.garant.ru/](http://www.garant.ru/).
19. Электронная библиотека Российской Государственной Библиотеки (РГБ): <http://elibrary.rsl.ru/>
20. Электронная библиотека учебников: <http://studentam.net>
21. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»». <http://rucont.ru/>

## 8. Оценочные материалы

Основными формами обучения аспирантов являются лекции, самостоятельная работа, написание реферата и консультации. Общие и утвердившиеся в практике правила приемы конспектирования лекций. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради,

каждый лист которой должен иметь поля (4-5 см) для дополнительных записей. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами. Каждому аспиранту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий. Однако чрезмерное употребление сокращениями может привести к тому, что в них будет трудно разбираться. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д. Надо иметь в виду, что изучение отработки прослушанных лекций без промедления значительно экономит время и способствует усвоению материала. Эффективными формами контроля за изучением, курса аспирантами являются консультации.

Эффективными формами контроля за изучением, курса аспирантами являются консультации.

Итоговый контроль знаний состоит в сдаче устного зачета. Оценка знаний на зачете выставляется в соответствии со следующими критериями:

- Глубина и полнота ответов на вопросы, логичность и системность изложения.
- Способность критически оценивать достижения науки, в целом, и языкознания, в частности.
- Корректность использования концептуально-понятийного аппарата дисциплины.

| Оценка                     | Критерии оценки                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>«Отлично»</b>           | Аспирант успешно выполнил все задания плана НИР, не допустил ошибок при выполнении отдельных видов работ, в соответствии с требованиями оформил все отчётные документы по НИР                            |
| <b>«Хорошо»</b>            | Аспирант успешно выполнил все задания плана НИР, допустил незначительные ошибки при выполнении отдельных видов работ, в соответствии требованиями оформил (или не предоставил) отчётные документы по НИР |
| <b>«Удовлетворительно»</b> | Аспирант выполнил не все задания плана НИР, допустил большое количество ошибок при их                                                                                                                    |

|                              |                                                                                             |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              | выполнении, с нарушением требований оформил (или не предоставил) отчётные документы по НИР. |
| <b>«Неудовлетворительно»</b> | Аспирант не выполнил план НИР.                                                              |

*Промежуточная аттестация проводится в целях получения оперативной информации о качестве усвоения учебного материала, управления учебным процессом и совершенствования методики проведения занятий, а также стимулирования самостоятельной работы аспирантов. К текущему контролю по дисциплине «Академическая работа и публикационная активность аспиранта» относятся проверка знаний и навыков аспирантов и соискателей в виде собеседования по темам дисциплины*