

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

**«Утверждаю»**  
Декан факультета русской филологии,  
журналистики и медиатеchnologies  
*Рахимов А.А.*  
« 27 / 01 / 2026 г.»



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Количественные и качественные методы анализа коммуникаций»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки – «Рекламная деятельность»

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – бакалавриат

2 курс

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 529 от 08.06.2017 г.

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01. 2026 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

### Расписание занятий дисциплины

Ф.И.О. преподавателя	Семестр	Аудиторные занятия	Приём СРС	Место работы преподавателя работы преподавателя
		Практические занятия (КСР, СРС)		

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1 Цели изучения дисциплины:

**Цель курса** - является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков применения количественных и качественных методов анализа коммуникационных процессов, а также развитие умений использовать данные методы при исследовании рекламной и PR-деятельности, медиасреды и общественного мнения.

## 1.2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины формулируются в соответствии с требованиями ФГОС, предъявляемыми к компетенциям обучающегося бакалавра. Для реализации поставленной цели предполагается решение следующих задач:

1. Ознакомить студентов с основными количественными и качественными методами анализа коммуникаций, применяемыми в рекламе и связях с общественностью;
2. Сформировать представление о методологии коммуникационных исследований и этапах их проведения;
3. Развить навыки сбора, обработки и интерпретации эмпирических данных в сфере рекламных и PR-коммуникаций;
4. Научить применять методы контент-анализа, опроса, интервью, фокус-групп и наблюдения для анализа коммуникационных процессов;
5. Сформировать умения анализа эффективности рекламных и PR-кампаний на основе количественных и качественных показателей;
6. Развить аналитическое и критическое мышление при работе с результатами исследований и медиатекстами;
7. Подготовить студентов к выполнению учебно-исследовательских и прикладных аналитических работ в профессиональной сфере. - определение норм и правил командной работы.

### 1.1. Требование к результатам освоения дисциплины:

- Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код	Результаты освоения ОПОП Содержанием компетенций (в соответствии с ФГОС) и ОПОП	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Вид оценочного средства
УК-1	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический	<b>ИУК-1.1</b> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие <b>ИУК-1.2.</b> Демонстрирует знание особенностей	Рабочая тетрадь Устный опрос Творческое задание

	анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	системного и критического мышления и готовность к нему <b>ИУК-1.3.</b> Аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение <b>ИУК-1.4.</b> Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Презентация Доклад Анкетирование
<b>ОПК-4</b>	<b>ОПК-4.</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>ИОПК-4.1.</b> Исследует информационные потребности целевых аудиторий и общественные запросы. <b>ИОПК-4.2.</b> Разрабатывает коммуникационные продукты с учетом социального заказа и ожиданий аудитории. <b>ИОПК-4.3.</b> Оценивает эффективность медиакоммуникаций с позиции общественной значимости и пользовательского восприятия.	Рабочая тетрадь Устный опрос Творческое задание Презентация Доклад Анкетирование
<b>ОПК-6</b>	<b>ОПК-6.</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<b>ИОПК-6.1.</b> Использует цифровые технологии и программные средства для создания и распространения медиапродуктов. <b>ИОПК-6.2.</b> Применяет инструменты анализа данных и цифровой аналитики в коммуникационной деятельности. <b>ИОПК-6.3.</b> Оценивает возможности и ограничения современных информационных технологий в рекламе и связях с общественностью.	Рабочая тетрадь Устный опрос Творческое задание Презентация Доклад Анкетирование
<b>ПК-1</b>	<b>ПК- 1.</b> Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории,	<b>ИПК-1.1.</b> Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта. <b>ИПК-1.2.</b> Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы. <b>ИПК-1.3.</b> Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.	Рабочая тетрадь Устный опрос Творческое задание Презентация Доклад Анкетирование

	ресурсов и этапов проектной деятельности.		
<b>ПК-4</b>	<b>ПК-4.</b> Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	<b>ИПК-4.1.</b> Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения. <b>ИПК-4.2.</b> Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации. <b>ИПК-4.3.</b> Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.	Рабочая тетрадь Устный опрос Творческое задание Презентация Доклад Анкетирование

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Курс «Количественные и качественные методы анализа коммуникаций» Б1.О.16 входит в обязательную часть основной профессиональной образовательной программы по профилю подготовки: «Рекламная деятельность» изучается на 2-м курсе. Освоение дисциплины обеспечивает формирование универсальных компетенций связанных с анализом аудитории и использованием современных информационных технологий. Дисциплина также направлена на развитие профессиональных компетенций, необходимых для аналитического сопровождения рекламных и PR-проектов и оценки эффективности коммуникационной деятельности.

Дисциплина изучается в IV семестре, логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанных в таблице 2:

Таблица 2.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ОПОП
1.	Количественные и качественные методы анализа коммуникаций	IV	Б1.О.16
2.	Маркетинг	IV	Б1.О.25
3.	«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»	VII	Б1.О.27

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

**Объем дисциплины** «Количественные и качественные методы анализа коммуникаций» составляет 4 зачетные единицы, всего 144 часа, из которых: лекции - 12 часов, практические занятия- 24 часа, КСР – 24 часа, СРС - 30 часов, контроль- 54 часа. Экзамен – IV семестр.

Таблица 3.

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Литература	Кол-во баллов в неделю
		Лек.	Пр.	КСР	Контр	СРС		
<b>IV семестр</b>								
1.	Введение в количественные и качественные методы анализа коммуникаций. Предмет, объект, цели и задачи дисциплины	2	2			6		12,5
2.	Коммуникация как объект научного анализа. Основные теории и модели коммуникации	2	4	2	–	4		12,5
3.	Количественные методы анализа коммуникаций: опрос, анкетирование, статистический анализ	2	6	4	–	6		12,5
4.	Контент-анализ как метод количественного исследования медиатекстов	2	6	6	–	8		12,5

5.	Качественные методы анализа коммуникаций: интервью, фокус-группы, наблюдение	2	4	4	–	6		12,5
6.	Дискурс-анализ и нарративный анализ в исследованиях коммуникаций Дискурс-анализ и нарративный анализ в исследованиях коммуникаций	1	2	3	–	2		12,5
7.	Комбинированные (mixed methods) исследования в коммуникациях. Интерпретация и представление результатов	1	–	3	–	2		12,5
8.	Итоговый контроль (экзамен). Обобщение и систематизация знаний				54			12,5
	ИТОГО: Лек – 12 Прак – 24 КСР – 24 СРС – 40 Контроль – 54							<b>100</b>

### Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. Обучающиеся по кредитно-рейтинговой системе обучения, могут получить максимально возможное количество баллов - 300. Из них на текущий и рубежный контроль выделяется 200 баллов или 49% от общего количества.

На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов.

Порядок выставления баллов: 1-й рейтинг (1-8 неделя по 12,5 баллов = итого 100 баллов), 2-й рейтинг (9-16 неделя по 12,5 баллов = итого 100 баллов), итоговый контроль 100 баллов.

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об

отработке студентом баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (зачет, экзамен) проводятся в традиционной (устной) форме.

Таблица 4.

Неделя	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ*	Активное участие на практических (семинарских) занятиях, КСР	СРС Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Выполнение положения высшей школы (установленная форма одежды, наличие рабочей папки, а также других пунктов устава высшей школы)	РК№1	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
2	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
3	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
4	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
5	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
6	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
7	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
8					12,5	12,5
<b>Первый рейтинг</b>	<b>21</b>	<b>31,5</b>	<b>17,5</b>	<b>17,5</b>	<b>12,5</b>	<b>100</b>

#### 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

#### 4.1.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Объём СРС, ч.	Тема СРС	Вид результатов самостоятельной работы	Форма контроля
1				
1.	4	Основные понятия и категории анализа коммуникаций	Конспект основных терминов и понятий	Проверка конспекта, опрос
2.	4	Количественные методы анализа коммуникаций	Аналитический обзор источников	Проверка письменной работы
3.	4	Качественные методы анализа коммуникаций	Сообщение / мини-доклад	Устное выступление
4.	4	Контент-анализ в рекламе и PR	Таблица категорий и показателей контент-анализа	Проверка задания
5.	4	Метод опроса в коммуникационных исследованиях	Разработанная анкета	Проверка анкеты
6.	4	Интервью и фокус-группы как качественные методы	План интервью / сценарий фокус-группы	Анализ выполненного задания
7.	4	Анализ целевой аудитории рекламных и PR-коммуникаций	Аналитическая справка	Проверка письменной работы
8.	4	Оценка эффективности рекламных и PR-кампаний	Расчёт показателей и выводы	Проверка задания, обсуждение
9.	4	Интерпретация результатов коммуникационных исследований	Аналитическое заключение	Проверка письменной работы
10.	4	Подготовка к промежуточной аттестации	Ответы на контрольные вопросы	Тестирование / зачёт
Итого: 40 часов				

#### 4.2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «**Количественные и качественные методы анализа коммуникаций**» ориентирована на формирование практических навыков применения методов количественного и качественного анализа коммуникационных процессов, медиаконтента, рекламных и PR-сообщений, а также на освоение методологии коммуникационных исследований.

Задания самостоятельной работы направлены на изучение и практическое применение таких методов, как контент-анализ, анкетирование, интервью, фокус-группы, наблюдение, а также на обработку и интерпретацию полученных данных. В рамках СРС обучающиеся выполняют анализ рекламных и PR-материалов, разрабатывают инструментарий коммуникационных исследований (анкеты, планы интервью, категории контент-анализа), проводят первичный количественный подсчёт и качественную интерпретацию результатов.

При выполнении заданий самостоятельной работы обучающимся рекомендуется:

- строго соотносить выбранные методы анализа с целью и задачами коммуникационного исследования;
- использовать показатели и категории, принятые в количественном и качественном анализе коммуникаций;
- соблюдать основные этапы проведения коммуникационного исследования: выбор объекта и предмета анализа, определение выборки, сбор данных, их обработка и интерпретация;
- оформлять результаты анализа в виде таблиц, аналитических справок и выводов, отражающих специфику исследуемых коммуникаций;
- при анализе рекламных и PR-коммуникаций учитывать характеристики целевой аудитории и эффективность коммуникационного воздействия.

Примечание: Самостоятельная работа носит преимущественно практико-ориентированный характер и направлена на закрепление теоретических знаний

#### **4.3. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы:**

Результаты самостоятельной работы обучающихся должны соответствовать следующим требованиям:

1. Письменные работы, аналитические обзоры, отчёты о выполнении заданий должны быть оформлены в электронном или печатном виде, в зависимости от требований преподавателя

2. Работа должна содержать: титульный лист, введение с целью и задачами, описание методов исследования, анализ результатов (таблицы, графики), выводы и рекомендации.
3. Текст оформляется шрифтом Times New Roman, 14 pt, межстрочный интервал 1,5, стандартные поля, сквозная нумерация страниц.
4. Источники информации указываются согласно ГОСТ или требованиям кафедры; цитаты должны быть выделены.
5. Результаты представляются в виде письменных отчётов, таблиц, графиков, аналитических справок или презентаций в установленные сроки.

Для анализа и визуализации данных можно использовать: **Microsoft Excel, Google Sheets, SPSS, R, Tableau, Google Forms, PowerPoint**, а также любые другие инструменты, рекомендованные преподавателем.

#### 4. 4. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
<b>Отлично</b> (повышенный уровень)	Полнота выполнения задания; логичность и последовательность изложения; самостоятельность выводов и оценок; творческий подход	Задание выполнено самостоятельно и в полном объёме, в установленные сроки. Материал изложен логично и последовательно. Даны полные и аргументированные ответы на все поставленные вопросы. Сформулированы и обоснованы собственные выводы, оценки и проектные решения, проявлен творческий подход.
<b>Хорошо</b> (базовый уровень)	Корректность выполнения задания; обоснованность выводов; применение профессиональных понятий	Задание выполнено своевременно и в основном самостоятельно, при незначительной консультационной поддержке преподавателя. Материал изложен последовательно. Даны ответы на все поставленные вопросы. Сформулированы собственные выводы и оценки, однако их обоснование носит частичный характер, творческий подход выражен умеренно.

<b>Удовлетворительно</b> (пороговый уровень)  <b>Неудовлетворительно</b> (уровень не сформирован)	Частичное выполнение задания; фрагментарность выводов; недостаточная самостоятельность	Задание выполнено с нарушением сроков и при значительной помощи преподавателя. Материал изложен недостаточно логично и последовательно. Даны ответы не на все поставленные вопросы. Собственные выводы и оценки сформулированы поверхностно и слабо обоснованы.
	Отсутствие самостоятельности и полноты выполнения	Задание не выполнено либо выполнено формально, не соответствует поставленным требованиям и целям самостоятельной работы.

## 5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература

1. **Берельсон Б.** Контент-анализ в коммуникационных исследованиях. — М.: ИНИОН РАН, 2019.
2. **Криппендорф К.** Контент-анализ: введение в методологию. — М.: ВШЭ, 2020.
3. **Де Флёр М., Болл-Рокич С.** Теории массовой коммуникации. — СПб.: Питер, 2021.
4. **Козырев Г. И.** Социологические методы исследования СМИ. — М.: Юрайт, 2022.

### 5.2. Дополнительная литература

1. Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть. — М.: ЛИБРОКОМ, 2020. Рассматриваются механизмы формирования смысла и власти в медиадискурсе.
2. Брайман А. Методы социальных исследований. — М.: Юнити-Дана, 2018. Представлены количественные и качественные стратегии анализа социальных и коммуникационных процессов.
3. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. — М.: АСТ, 2019. Анализируются методологические основания эмпирических исследований.
4. Creswell J. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. — Thousand Oaks: Sage Publications, 2021. Описаны современные подходы к смешанным методам исследования.

### 5.3. Нормативно-правовые материалы (по мере необходимости):

1. Закон РТ «О печати и других СМИ» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://mediaschool.tj>

2. Закон РТ «Об информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
3. Закон РТ «Об информатизации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
4. Закон РТ «О телевидении и радиовещании» [Электронный ресурс], режим доступа: [pansmit.tj](http://pansmit.tj)
5. Этические нормы журналистской деятельности в Таджикистане [Электронный ресурс], режим доступа: [www.odob.tj](http://www.odob.tj)
6. Закон РТ «О праве на доступ к информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
7. Закон РФ «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.consultant.ru>
8. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.ruj.ru>

#### 5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

##### Интернет:

##### А) сайты:

1. [http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends\\_%2017.pdf](http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2017.pdf)
2. <http://edu.of.ru/attach/17/191749.pdf>
3. <http://cyberleninka.ru/article/n/mediakontent-internet-smi-v-informatsionno-kommunikativnoy-sisteme-regiona>
4. <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-narrativnosti-multimediynoy-istorii-kak-novogo-zhanra-internet-smi>
5. <http://new.tj> (Азия-Плюс)
6. [www.khovar.tj](http://www.khovar.tj) (НИАТ «Ховар»)
7. <http://avesta.tj> (ИА «Авеста»)
8. <http://www.faraj.com.tj> (Фараж)
9. <http://vecherka.tj> (Вечёрка)
10. <http://safina.tj> (ТВ Сафина)
11. <http://tv.tj> (Тоҷикистон)
12. <http://www.jahonnamo.tj/ru> (Джахоннамо)
13. <http://www.bbc.com/> (BBC)
14. <http://edition.cnn.com/> (CNN)
15. <http://ru.euronews.com/> (Euronews)
16. <http://www.thetimes.co.uk/> (The Times)
17. <http://www.nytimes.com/> (New-York Times)
18. <http://www.lemonde.fr/> (Монд)
19. <https://www.afp.com/> (АФП)
20. <https://www.dpa.com> (DPA)
21. <http://www.reuters.com/> (Рейтер)
22. <http://www.xinhuanet.com/> (Синьхуа)
23. <http://www.kyodonews.jp> (Киодо Цусин)
24. <http://www.1tv.ru> (Первый канал)
25. <http://www.vesti.ru> (Вести)

26. <http://www.ntv.ru> (НТВ)
27. <http://tass.ru/> (ТАСС)
28. <https://ria.ru> (РИА Новости)

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

- <http://www.library.cjes>. – Библиотека Центра экстремальной журналистики – одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистике в Интернете;
- <http://www.eartist.narod.ru/journ.-> электронная библиотека, включающая разделы: история журналистики, Теория и практика журналистики, Реклама, маркетинг и PR, Логика и риторика, Справочники и словари;
- <http://journalist.virt-ru> –электронный архив журнала «Журналист»;
- <http://www.bibliorossica> – электронная библиотека;
- <http://e-cis.info/index>.
- Официальный сайт журнала «Журналист»: <http://journalist-virt.ru/>
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс», Закон РФ «О средствах массовой информации»: <http://www.consultant.ru/popular/smi/>
- МІС – электронный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация» // <http://mic.org.ru>
- Электронная библиотечная система IPRbooks.
- Портал образовательных ресурсов МГИ им. Дашковой: <http://www.dashkova.ru/>

#### **5. 5.Перечень информационных технологий и программного обеспечения:**

- MS Office
- MicrosoftOfficeProfessional
- Microsoft Windows
- Google Forms
- Scribus OpenShot
- Video Editor
- Audacity
- Adobe Photoshop

#### **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Освоение дисциплины «Количественные и качественные методы анализа коммуникаций» предполагает систематическую и последовательную работу студентов в течение всего семестра и направлено на формирование теоретических знаний и практических навыков применения методов анализа коммуникационных процессов и медиаконтента. В процессе изучения дисциплины студентам рекомендуется регулярно посещать лекционные и практические занятия, активно

участвовать в обсуждениях, а также своевременно выполнять задания по самостоятельной и контактной самостоятельной работе.

Лекционные занятия ориентированы на усвоение основных понятий, категорий и методологических подходов количественного и качественного анализа коммуникаций. В ходе лекций рассматриваются предмет и объект исследования, логика построения эмпирического исследования, методы сбора и анализа данных, а также особенности интерпретации полученных результатов. Для повышения эффективности освоения материала студентам рекомендуется заранее знакомиться с тематикой лекций по рекомендованной литературе, вести конспект, фиксируя ключевые положения и определения, и формулировать вопросы для последующего обсуждения на практических занятиях.

Практические занятия направлены на формирование у студентов навыков применения количественных и качественных методов анализа коммуникаций на конкретном эмпирическом материале. В рамках практических занятий выполняются задания по разработке анкет и опросных листов, составлению кодировочных таблиц для контент-анализа, анализу медиатекстов, проведению и интерпретации интервью, фокус-групп и наблюдений. Особое внимание уделяется сопоставлению количественных и качественных данных, а также аргументированному представлению результатов исследования в устной и письменной форме.

Самостоятельная работа студентов включает изучение основной и дополнительной литературы, анализ научных публикаций, выполнение индивидуальных и групповых исследовательских заданий, подготовку аналитических обзоров, отчетов и презентаций. При выполнении самостоятельной работы студентам необходимо соблюдать требования академической добросовестности, логичности и последовательности изложения, а также корректно оформлять ссылки на используемые источники.

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляются в рамках рейтинговой системы и включают текущий и итоговый контроль. При оценивании учитываются активность студентов на практических занятиях, качество выполнения заданий по контактной и самостоятельной работе, степень сформированности аналитических и исследовательских компетенций, а также умение применять количественные и качественные методы анализа коммуникаций в решении практических и учебно-исследовательских задач.

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для реализации дисциплины на базе Отделения журналистики функционируют учебные радиолaborатория и телестудия, редакция газеты «Студенческие вести», аудитории оснащены необходимым оборудованием (проекторы, телевизоры, доступ к on-line ресурсам через Интернет). Студенты имеют возможности пользоваться ресурсами в библиотеке университета, включая

электронную, а также печатными материалами на кафедре отечественной и международной журналистики.

В Университете созданы специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также обеспечивается:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проёмов, лифтов).

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

*Форма итоговой аттестации (экзамен в традиционном виде) по дисциплине  
«Количественные и качественные методы анализа коммуникаций»*

*Форма промежуточной аттестации (1 и 2 рубежный контроль)*  
**Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием  
буквенных символов**

Оценка по	Диапазон	Численное	Оценка по традиционной
-----------	----------	-----------	------------------------

<b>буквенной системе</b>	<b>соответствующих наборных баллов</b>	<b>выражение оценочного балла</b>	<b>системе</b>
<b>A</b>	10	95-100	Отлично
<b>A-</b>	9	90-94	
<b>B+</b>	8	85-89	Хорошо
<b>B</b>	7	80-84	
<b>B-</b>	6	75-79	
<b>C+</b>	5	70-74	Удовлетворительно
<b>C</b>	4	65-69	
<b>C-</b>	3	60-64	
<b>D+</b>	2	55-59	
<b>D</b>	1	50-54	
<b>Fx</b>	0	45-49	Неудовлетворительно

*Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.*

*ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.*