

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет  
Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Историко-филологический  
факультет

Евгений Викторович  
Дроботушенко

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_  
г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.03.01 Современная пресс-служба  
на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом  
Министерства образования и науки Российской Федерации от  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. № \_\_\_\_

Профиль – Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах  
(для набора 2022)  
Форма обучения: Заочная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Дисциплина «Современная пресс-служба» дает представление о задачах, основных функциях, структуре, принципах, правовых и организационных основах деятельности пресс-службы и овладение ее основными практическими навыками.

Задачи изучения дисциплины:

Сформировать у студентов представление об информационной политике;

Познакомить с задачами, функциями и основными направлениями деятельности пресс-служб;

Дать представление о структуре и принципах организации современных пресс- служб;

Привить практические навыки информационной работы, познакомить с особенностями работы современной пресс-службы.

## 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Вариативная часть, формируемая участниками образовательных отношений Дисциплина по выбору

## 1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

| Виды занятий                                  | Семестр 9 | Всего часов |
|---|-----------|-------------|
| Общая трудоемкость                            |           | 72          |
| Аудиторные занятия, в т.ч.                    | 10        | 10          |
| Лекционные (ЛК)                               | 4         | 4           |
| Практические (семинарские)<br>(ПЗ, СЗ)        | 6         | 6           |
| Лабораторные (ЛР)                             | 0         | 0           |
| Самостоятельная работа<br>студентов (СРС)     | 62        | 62          |
| Форма промежуточной<br>аттестации в семестре  | Зачет     | 0           |
| Курсовая работа (курсовой<br>проект) (КР, КП) |           |             |

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

| Планируемые результаты освоения образовательной программы |  | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |
|---|--|--|
| Код и наименование компетенции                            | Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины   | Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности  |
| ОПК-2   | ОПК–2.1. (общий по УГСН) Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития   | <p>Знать: Систему общественных и государственных институтов</p> <p>Уметь: Определять механизмы функционирования общественных и государственных институтов</p> <p>Владеть: Навыками анализа и прогнозирования тенденций развития общественных и государственных институтов</p>  |
| ОПК-2   | ОПК–2.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов | <p>Знать: Основные тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>Уметь: Создавать PR-тексты и рекламу учитывая актуальные тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>Владеть: навыками создания актуальных рекламных и PR-текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> |
| ПК-3  | ПК-3.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью   | <p>Знать: Типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: Использовать типовые</p>  |

|      |   |   |
|------|---|---|
|      |   | <p>алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть: Технологиями оперативного предотвращения непредвиденных ситуаций, возникающих при реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>  |
| ПК-3 | ПК-3.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью                  | <p>Знать: Наименования и требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Уметь: Готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Владеть: Основами законодательства в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>  |
| ПК-3 | ПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта | <p>Знать: Основные требования и параметры исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>Уметь: Проводить исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>Владеть: Использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> |
| ПК-5 | ПК-5.1. Выполняет функционал линейного  | Знать: Функционал линейного менеджера в рамках текущей  |

|      |  |   |
|------|--|---|
|      | <p>менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> | <p>деятельности отдела по рекламе</p> <p>Уметь: Эффективно выполнять функционал линейного менеджера при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Владеть: Технологиями оперативного предотвращения непредвиденных ситуаций, возникающих при выполнении функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> |
| ПК-5 | <p>ПК -5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий и рамках реализации коммуникационной стратегии</p>   | <p>Знать: Технологии тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Уметь: Осуществлять тактическое планирование мероприятий и рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеть: Навыками прогнозирования последствий реализации коммуникационной стратегии</p>   |
| ПК-5 | <p>ПК – 5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>                                       | <p>Знать: Основные составляющие корпоративной культуры организаций различного типа</p> <p>Уметь: Организовывать мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Владеть: Коммуникативными навыками медиатора для</p>   |

|  |  |
|--|--|
|  | разрешения конфликтных ситуаций, возникающих в организации |
|--|--|

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

##### 3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

| Модуль | Номер раздела | Наименование раздела                      | Темы раздела  | Всего часов | Аудиторные занятия |                    |        | С<br>Р<br>С |
|--------|---------------|---|---|-------------|--------------------|--------------------|--------|-------------|
|        |               |   |   |             | Л<br>К             | П<br>З<br>(С<br>З) | Л<br>Р |             |
| 1      | 1.1           | Организационная деятельность пресс-центра | <p>Структура отдела по связям с общественностью. Информационная политика организации. Понятие о целевой и потенциальной аудитории. Классификация СМИ. Формы и методы работы со СМИ. Процедура аккредитации. Правовое регулирование службы. Информационная работа в кризисных ситуациях. Управление репутацией компании. Мониторинг СМИ: текущий мониторинг и мониторинг будущего. Информационный аудит и составление медиапортрета организации. Функции специалиста по связям с общественностью. Правовое регулирование деятельности службы. Информационная работа в кризисных ситуациях.</p> | 35          | 2                  | 3                  | 0      | 30          |
|        |               |   |   |             |                    |                    |        |             |

|       |     |                                  |   |    |   |   |   |    |
|-------|-----|----------------------------------|---|----|---|---|---|----|
| 2     | 2.1 | Виды ПР-мероприятий и ПР-текстов | Маркетинг-кит, медиа-кит, пресс-релиз, анонс, обзор, интервью, биография, приглашение, кейс, презентация. | 37 | 2 | 3 | 0 | 32 |
| Итого |     |                                  |   | 72 | 4 | 6 | 0 | 62 |

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

#### 3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

| Модуль | Номер раздела | Тема   | Содержание   | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|--|--|------------------------|
| 1      | 1.1           | Структура отдела по связям с общественностью | Введение в профессию специалиста по связям с общественностью. Функции отделов по связям с общественностью. Планирование и организация деятельности. Информационная стратегия, планирование, организация взаимодействия со СМИ. Формы и методы работы со СМИ. Классификация СМИ. Мониторинг СМИ. Управление информацией: формирование собственного информационного потока. Разница в подаче информации в зависимости от формы организации - общественной, государственной или политической. | 2                      |
| 2      | 2.1           | Виды ПР-мероприятий и ПР-текстов             | Виды ПР-текстов: маркетинг-кит, медиа-кит, пресс-релиз, анонс, обзор, интервью, биография, приглашение, кейс, презентация  | 2                      |
| 3      |               |  |  |                        |

#### 3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

| Модуль | Номер раздела | Тема   | Содержание  | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|--|---|------------------------|
| 1      | 1.1           | Структура отдела по связям с общественностью | Функции, роль и структура PR-подразделения в структуре (системе) организации; 2. Обязанности PR-подразделения в системе | 3                      |

|   |     |   |  |   |
|---|-----|---|--|---|
|   |     |   | <p>организации; 3. Планирование и бюджетирование деятельности PR-отдела; 4. Взаимодействие с коммуникационными агентствами и СМИ; 5. Ситуационный анализ компании\организации; 6. Создание репутации организации (на примере...): подходы, методы, стратегия; 7. Должностные обязанности сотрудников отдела СО; 8. Проекты, реализуемые отделом по связям с общественностью (коммерческие, социальные, информационные акции); 9. Антикризисные проекты отдела по рекламе и связям с общественностью; 10. Информационная политика на примере...(на выбор).</p>  |   |
| 2 | 2.1 | Создание пресс-релизов, организация пресс-туров | <p>Решение творческих заданий 1. Подобрать в СМИ несколько пресс-релизов различных пресс-служб региона. Сделать анализ пресс-релизов на предмет соответствия требованиям написания пресс-релизов. Назвать наиболее характерные ошибки в пресс-релизах. 2. Написать пресс-релиз на заданную тему от имени пресс-службы губернатора края, МЧС, комитета здравоохранения, УВД. Поменяться ролями и написать пресс-релизы на заданную тему от имени другой пресс-службы. 3. Определить ЦА, формы работы с различными ЦА. 4. Варианты: промышленное предприятие, государственная структура, торговый центр, муниципалитет. 5. Подготовка плана-графика проведения пресс-тура на предприятие региона. Вариант 1. Выезд группы журналистов региона на Черновский хлебозавод, по поводу запуска новой линии по производству хлебобулочной продукции. Вопросы: Какие технические средства потребуются при организации пресс-тура? Каковы будут сводный, рабочий и почасовой план-графики?</p> | 3 |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
|   |  |  | <p>Вариант 2. Выезд группы журналистов на Приаргунское производственное горно-химическое объединение. Вопросы: Какие технические средства потребуются для организации мероприятия? Составить сводный, рабочий и почасовой планы графики.</p> |  |
| 3 |  |  |  |  |

### 3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

| Модуль | Номер раздела | Тема | Содержание | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|------|------------|------------------------|
|        |               |      |            |                        |

### 3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

| Модуль | Номер раздела | Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение | Виды самостоятельной деятельности  | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|---|--|------------------------|
| 1      | 1.1           | Структура отдела по связям с общественностью (доклады)        | <p>1. Функции, роль и структура PR-подразделения в структуре (системе) организации; 2. Обязанности PR-подразделения в системе организации; 3. Планирование и бюджетирование деятельности PR-отдела; 4. Взаимодействие с коммуникационными агентствами и СМИ; 5. Ситуационный анализ компании\организации; 6. Создание репутации организации (на примере...): подходы, методы, стратегия; 7. Должностные обязанности сотрудников отдела СО; 8. Проекты, реализуемые отделом по связям с</p> | 30                     |

|   |     |                    |  |    |
|---|-----|--------------------|--|----|
|   |     |                    | <p>общественностью (коммерческие, социальные, информационные акции);</p> <p>9. Антикризисные проекты отдела по рекламе и связям с общественностью; 10. Информационная политика на примере... (на выбор).</p>   |    |
| 2 | 2.1 | Творческое задание | <p>Решение творческих заданий 1. Подобрать в СМИ несколько пресс-релизов различных пресс-служб региона. Сделать анализ пресс-релизов на предмет соответствия требованиям написания пресс-релизов. Назвать наиболее характерные ошибки в пресс-релизах.</p> <p>2. Написать пресс-релиз на заданную тему от имени пресс-службы губернатора края, МЧС, комитета здравоохранения, УВД. Поменяться ролями и написать пресс-релизы на заданную тему от имени другой пресс-службы. 3. Определить ЦА, формы работы с различными ЦА.</p> <p>4. Варианты: промышленное предприятие, государственная структура, торговый центр, муниципалитет. 5. Подготовка плана-графика проведения пресс-тура на предприятие региона. Вариант 1. Выезд группы журналистов региона на Черновский хлебозавод, по поводу запуска новой линии по</p> | 32 |

|   |  |  |   |  |
|---|--|--|---|--|
|   |  |  | <p>производству хлебобулочной продукции. Вопросы: Какие технические средства потребуются при организации пресс-тура? Каковы будут сводный, рабочий и почасовой планы графики? Вариант 2. Выезд группы журналистов на Приаргунское производственное горно-химическое объединение. Вопросы: Какие технические средства потребуются для организации мероприятия? Составить сводный, рабочий и почасовой планы графики.</p> |  |
| 3 |  |  |   |  |

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

#### **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **5.1. Основная литература**

##### **5.1.1. Печатные издания**

1.

##### **5.1.2. Издания из ЭБС**

1. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 296 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68862> — Загл. с экрана.

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866> — Загл. с

экрана.

3. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68857> — Загл. с экрана.

4. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 172 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69083> — Загл. с экрана.

5. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4.

## 5.2. Дополнительная литература

### 5.2.1. Печатные издания

1.

### 5.2.2. Издания из ЭБС

1. Алтунина, И. Р. Социальная психология : учебник для академического бакалавриата / И. Р. Алтунина, Р. С. Немов ; под ред. Р. С. Немова. — 2-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 427 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978- 5-534-01317-7.

2. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68864> — Загл. с экрана.

3. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Шомова [и др.]. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 198 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68854> — Загл. с экрана.

4. Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 126 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68804> — Загл. с экрана.

5. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00765-7.

## 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

| Название                                | Ссылка  |
|---|---|
| ЭБС «Троицкий мост»                     | <a href="http://www.trmost.com/">http://www.trmost.com/</a>                 |
| ЭБС «Лань»                              | <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>                 |
| ЭБС «Юрайт»                             | <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>                           |
| ЭБС «Консультант студента»              | <a href="https://www.studentlibrary.ru/">https://www.studentlibrary.ru/</a> |
| ЭБС «Университетская библиотека онлайн» | <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>                 |

## 6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, АBBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

|  |  |
|--|--|
| Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы  |
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа                                      | Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий  |  |
| Учебные аудитории для текущей аттестации   | Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре    |

## 8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Общие методические рекомендации по изучению дисциплины

Практика преподавания дисциплины демонстрирует тот факт, что, несмотря на доступность необходимой информации по дисциплине (наличие учебников, учебных и учебно-методических пособий и печатном виде, в ЭБС, возможность получения информации из ресурсов сети интернет и т.д.), серьезные затруднения у студентов вызывают анализ, синтез, систематизация материала, а также выделение в нем принципиальных и существенных аспектов, отвечающим современным научным концепциям и подходам.

В связи с этим основным источником теоретического материала по дисциплине выступают лекции, посещение которых является обязательной составляющей успешного освоения дисциплины.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех лекционных и практических занятий, способствующее системному овладению материалом курса;
- все вопросы соответствующих разделов и тем по дисциплине необходимо фиксировать (на любых носителях информации);
- обязательное выполнение домашних заданий является важнейшим требованием и условием формирования целостного и системного знания по дисциплине;
- обязательность личной активности каждого студента на всех занятиях по дисциплине;
- в случаях неясности каких-либо вопросов, обсуждаемых на занятиях, необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю, а не оставлять их непонятыми;

- в случаях пропусков занятий по уважительным причинам студентам предоставляется право подготовки и представления заданий и ответов на вопросы изученного материала, с расчетом на помощь преподавателя в его усвоении;
- в случаях пропусков без уважительной причины студент обязан самостоятельно изучить соответствующий материал;
- необходимым условием является самостоятельность и инициативность студентов при контроле набора баллов по дисциплине для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- самостоятельный поиск, обработку (анализ, синтез, обобщение и систематизацию), адаптацию необходимой по дисциплине информации;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение и усвоение теоретического материала, представленного на лекционных занятиях и в соответствующих литературных источниках (рекомендуемая основная и дополнительная литература);
- самостоятельное изучение отдельных вопросов курса;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в соответствии с рекомендациями преподавателя (выполнение конкретных заданий, соответствующие организационные действия и т.д.).

Как правило, организация самостоятельной работы предполагает:

- постановку цели;
- составление соответствующего плана;
- поиск, обработку информации;
- представление результатов работы.

Методические рекомендации по отдельным видам учебно-познавательной деятельности студентов.

Методические рекомендации при подготовке к практическим занятиям.

Для повышения эффективности проведения практических занятий необходимо учитывать все рекомендации по подготовке к ним, которые даются преподавателем в начале каждого модуля (формулируются соответствующие задания, проблемно-ориентированные вопросы, представляются рекомендации по методике организации различных форм проведения занятий и т.д.). Определенные формы и методы работы на занятиях требуют предварительной самостоятельной подготовки студентов (например, внутригрупповая и межгрупповая дискуссии, ролевые игры, подготовка итогового семестрового проекта и т.д.). Поэтому необходимо фиксировать все рекомендации преподавателя по подготовке к занятиям.

Для эффективного освоения материала дисциплины в ходе практических занятий необходимо выполнение следующих требований:

- четко понимать цели предстоящих занятий (предварительно формулируются преподавателем):
- владеть навыками поиска, обработки, адаптации и презентации необходимого материала;
- уметь четко формулировать и отстаивать собственный взгляд на рассматриваемые проблемные вопросы, который необходимо подкреплять адекватной аргументацией;
- уметь выделять и формулировать противоречия по рассматриваемым проблемам, понимая их источники;
- владеть навыками публичного выступления (логично, ясно и лаконично излагать свои мысли; адекватно оценивать восприятие и понимание слушателями представляемого материала; отвечать на задаваемые вопросы; приводить адекватные и убедительные

аргументы в защиту своей позиции и т.д.);

- уметь критически оценивать собственные знания, умения и навыки в динамике в сравнении с таковыми у других, с целью раскрытия дополнительных возможностей их развития;
- при подготовке к занятиям обязательно изучить рекомендуемую литературу;
- оценить различные точки зрения на проблемные вопросы нескольких исследователей, а не ограничиваться рассмотрением позиции одного автора;
- при формулировке собственной точки зрения предусмотреть убедительную ее аргументацию и возможность возникновения спорных ситуаций;
- владеть навыками работы в команде (при выполнении определенных заданий, предполагающих работу в микрогруппах, при проведении ролевых игр, дискуссий и т.д.).

Семинар – вид практических занятий, предусматривающий самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем с содержанием учебной дисциплины и последующим представлением и обсуждением результатов этого изучения (в различных формах). Семинары представляют собой своеобразный синтез теоретической подготовки студентов с практической. Основной дидактической целью семинаров выступает оптимальное сочетание лекционных занятий с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов.

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений(докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

Работа по подготовке индивидуальных сообщений и докладов предполагает достаточно длительную системную работу студента, а также в случае необходимости консультативную помощь преподавателя.

Работа должна быть тщательно продумана, спланирована и разделена на соответствующие этапы, каждый из которых требует целого ряда определенных умений и навыков:

- определение и формулировка темы сообщения или доклада (либо осмысление темы, сформулированной преподавателем в соответствующих случаях);
- составление плана с использованием анализа, синтеза, обобщения и логики построения изложения материала;
- определение источников информации;
- работа с источниками научной информации (подбор, анализ, обобщение, систематизация, адаптация и т.д.);
- формулировка основных обобщений и выводов по результатам анализа изученного материала.

Структура сообщения (доклада) может обоснованно варьировать, но в большинстве случаев она предполагает наличие следующих частей: вступления (обозначение актуальности и постановка проблемы), основной части (обзор различных точек зрения на проблему и ее решение), заключения (формулировка соответствующих обобщений, выводов, предположений и перспектив), а в соответствующих случаях – перечня используемых источников информации.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия выступает важнейшим средством активизации познавательной деятельности. Как метод активного обучения дискуссия может использоваться как в рамках традиционных (развернутая беседа, система докладов и рефератов), так и новых форм практических занятий (анализ конкретных ситуаций, ролевая игра, круглый стол и т.д.).

Выделяется особая форма семинарского занятия – семинар-дискуссия. Различают следующие разновидности семинара-дискуссии:

1. По объему охватываемого материала:

- фрагментарные дискуссии («мини-дискуссии») (предназначенные для обсуждения какого-то конкретного вопроса и занимающие, как правило, определенную часть занятия);
- развернутые дискуссии (посвященные изучению раздела (темы) в целом, охватывающие одно или несколько занятий);

2. По реальности существования участников:

- реальные (предполагающие общение с реальными участниками);
- воображаемые (предполагающие общение с воображаемым оппонентом (инсценировка спора)).

Организация дискуссии предполагает последовательность определенных этапов:

- подготовка дискуссии;
- проведение дискуссии;
- анализ итогов дискуссии.

Самым важным этапом при этом является подготовка к дискуссии, т.к. все последующие этапы определяются именно качеством предварительной подготовки.

Подготовка к дискуссии, как правило, включает следующие составляющие:

- определение темы дискуссии (тема может быть задана преподавателем, а также обсуждаться и выбираться в процессе изучения материала по критериям наличия противоречий, проблемно-ориентированного характера при высокой актуальности, научной и социальной значимости);
- определение предмета дискуссии (с тем, чтобы не потерять время на обсуждение второстепенных аспектов проблемы);
- определение задач дискуссии (для организации целенаправленности, разделения функций участников дискуссии, экономии времени).

Подготовка к дискуссии должна предполагать индивидуальные и групповые консультации, предназначенные для задания целенаправленности дискуссии, а также

– для активизации самостоятельной работы студентов. При этом преподавателю необходимо избегать детального разъяснения содержания проблемы, т.к. в этом случае не о чем будет спорить, и дискуссия будет сорвана. Задача преподавателя должна состоять в ненавязчивой помощи участникам будущей дискуссии в определении наличия противоречивых точек зрения на рассматриваемую проблему, порекомендовав изучить первоисточники и дополнительную литературу.

Необходимо подчеркнуть особую важность тщательной подготовки к дискуссии самого преподавателя, выступающего в качестве модератора. Цель такой подготовки состоит не только в том, чтобы обрести уверенность при обсуждении научной проблемы, но и в том, чтобы составить ясное представление о качестве подготовки участников дискуссии.

Методические рекомендации по подготовке к выполнению проекта

Метод проектов – это способ достижения дидактических целей через детальную разработку проблемы, которая должна завершиться реальным практическим результатом, представленным тем или иным образом. Данный метод ориентирован на самостоятельную деятельность студентов, которой они занимаются в течение определенного отрезка времени (например, семестра).

Метод проектов предполагает определенную совокупность учебно-познавательных приемов, позволяющих решить ту или иную проблему в результате самостоятельных действий с обязательной презентацией этих результатов. Очевидно, что корректнее говорить не о методе проектов, а о соответствующей технологии, включающей в себя целый комплекс исследовательских, поисковых, проблемных методов, творческих по своей сути.

Требования к использованию метода проектов:

- включение проекта в учебный (учебно-воспитательный) процесс;

- наличие значимой в научном и социальном плане проблемы, требующей исследовательского поиска для ее решения;
- теоретическая, практическая, познавательная значимость предполагаемых результатов;
- самостоятельная деятельность студентов;
- структурирование содержательной части проекта (с выделением поэтапных результатов и распределением функций участников);
- определение методологии исследования (постановка проблемы, формулировка цели, гипотезы, задач, определение методов и т.д.);
- выделение и оценка необходимых условий для реализации проекта;
- наличие у участников грамотной письменной речи;
- оформление и представление результатов;
- анализ полученных результатов, подведение итогов, формулировка выводов.

Методика работы над проектом:

- выделение проблемы;
- постановка цели;
- формулировка темы;
- определение количества участников;
- определение и распределение функций (в соответствии с задачами);
- самостоятельная работа участников проекта в соответствии с задачами и функциями;
- промежуточные обсуждения результатов и заданий;
- оформление результатов проекта;
- презентация и защита проекта;
- обсуждение и анализ полученных результатов (с выделением сильных и слабых сторон проекта, успехов и ошибок);
- формулирование выводов.

Общие критерии оценки проекта:

- актуальность проблемы;
- новизна информации;
- полнота и глубина проникновения в проблему;
- качество представленного материала;
- привлечение знаний из различных научных областей;
- установление межпредметных связей;
- степень активность каждого участника проекта;
- коллективный характер принимаемых решений;
- характер взаимодействия в группе;
- умение аргументировать и делать выводы;
- культура речи;
- использование современных средств представления результатов проекта;
- эстетика оформления результатов проекта;
- умение отвечать на вопросы оппонентов.

Помимо общих критериев в каждом конкретном случае должны выделяться и частные критерии оценки, ориентированные на конкретные дидактические цели. (Например, в рамках дисциплины «Основы профориентологии» студентам предлагается проект «Особенности профориентационной работы с различными категориями воспитанников и учащихся (возрастными, социальными)»; при этом в качестве частных критериев оценки выделяются следующие: умение выстраивать психолого-педагогическую работу в зоне ближайшего развития; владение формами и методами профориентационной работы; четкость выделения специфики профориентационной работы с определенной категорией воспитанников и учащихся; соответствие примеров практической профориентационной

работы возрастным особенностям адресата).

Важнейшим аспектом в реализации метода проектов является сотрудничество преподавателя и участников.

Разработчик/группа разработчиков:  
Цыригма Цыбенжабовна Мясникова

**Типовая программа утверждена**

Согласована с выпускающей кафедрой  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.