

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.О.04.05 Психологические основы рекламы и связей с общественностью  
на 288 часа(ов), 8 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 2023)  
Форма обучения: Заочная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

интегрированное изучение теории, методологии и практики рекламы и связей с общественностью в рамках различных психологических школ и направлений; усвоение студентами системы специальных знаний и способов творческой деятельности; выявление и активизация необходимых для профессиональной деятельности творческих способностей.

Задачи изучения дисциплины:

Ознакомить студентов с основными теориями и направлениями развития психологии творчества

Определить параметры креативности, сформировать представления о структуре и условиях продуктивного творчества в ПР и рекламе

Познакомить с основными психологическими механизмами и особенностями творческого процесса в деятельности специалиста по связям с общественностью и копирайтера

Развитие гибкости, оригинальности, разносторонности, критичности, конкретности, вариативности мышления при одновременном осознании влияния национальных стереотипов на процесс и результат творчества

Освоение креативных подходов и методов разработки рекламных материалов для различных носителей и форматов

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

Модуль общепрофессиональной подготовки Отрабатывает компетенции, закрепленные в курсах психологического блока: Психология, Психология массовых коммуникаций, а также иных дисциплин: Социология, Социология массовых коммуникаций, Введение в профессию, Риторика массовых коммуникаций, Креативные технологии в связях с общественностью и брендинге и др.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 8 зачетных(ые) единиц(ы), 288 часов.

Виды занятий	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Всего часов
Общая трудоемкость				288
Аудиторные занятия, в т.ч.	10	10	10	30
Лекционные (ЛК)	4	4	4	12

Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6	6	18
Лабораторные (ЛР)	0	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	62	62	62	186
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Экзамен	Экзамен	72
Курсовая работа (курсовой 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-4	ОПК-4.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p>Знать: Основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности основные характеристики целевой аудитории</p> <p>Уметь: учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании креативных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть: способами создания креативных и востребованных текстов рекламы и связей с</p>

		общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом характеристики целевой аудитории
ОПК-7	ОПК – 7.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»). Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	<p>Знать: Цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: Осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом</p> <p>Владеть: Инструментарием создания креативной рекламы и иного коммуникационного продукта в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом</p>
ПК-1	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	<p>Знать: Особенности авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, психологическую специфику медиатекста</p> <p>Уметь: Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с целью достижения максимальной эффективности</p> <p>Владеть: Технологиями подготовки креативной рекламы и иного медиапродукта с учетом психологических особенностей создания и восприятия медиапродукта</p>

### 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 Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Психология медиаторства.	Реклама и связи с общественностью как вид деятельности. Психология творчества специалиста по рекламе и связям с общественностью.	36	2	3	0	31
2	2.1	Психологическая культура ПР-специалиста и копирайтера.	Характеристика творческой личности автора медиатекста. Параметры креативности. Динамика становления творческих способностей.	36	2	3	0	31
3	3.1	Психология создания рекламного текста.	Структура и специфика творческого процесса в рекламе и связях с общественностью. Условия активизации творческого мышления. Диагностика творческих способностей	36	2	3	0	31
4	4.1	Креативные текстовые технологии в PR и рекламе.	Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Разработка креативных PR-идеи и бренда. Методы воздействия и взаимодействия в PR-тексте. Методы оценки эффективности рекламы.	36	2	3	0	31
5	5.1	Психологические технологии и проектирование в сфере	PR-технологии: понятие, виды, особенности. Характеристика PR-технологий. Виды	72	4	6	0	62

		«паблик рилейшнз».	имиджа и его формирование. Психология PR-взаимодействий со СМИ.					
Итого				216	12	18	0	186

### 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	Реклама и связи с общественностью как вид деятельности. Психология творчества специалиста по рекламе и связям с общественностью.	Проблема изучения рекламы и связей с общественностью в психологии. Реклама и связи с общественностью как вид деятельности. Психология творчества. Творческое мышление: понятие, характеристика. Структура и специфика творческого процесса. Реклама и связи с общественностью как творчество. Психологические аспекты деятельности копирайтера и специалиста по связям с общественностью	2
2	2.1	Характеристика творческой личности автора медиатекста. Параметры креативности. Динамика становления творческих способностей.	Характеристика автора медиатекста. Интенциональная экстраполяция: профессиональный штампы. Правила культуры умственной деятельности.	2
3	3.1	Структура и специфика творческого процесса в рекламе и связях с общественностью. Условия активизации творческого	Этапы творческого процесса. Проблема активизации творческого мышления. Методы диагностики творческих способностей	2

		мышления. Диагностика творческих способностей		
4	4.1	Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Разработка креативных PR-идеи и бренда. Методы воздействия и взаимодействия в PR-тексте. Методы оценки эффективности и рекламы.	Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Особенности психического отражения рекламной продукции. Факторы интереса современной аудитории. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	2
5	5.1	PR-технологии: понятие, виды, особенности. Характеристика PR-технологий. Виды имиджа и его формирование. Психология PR-взаимодействий со СМИ.	Понятие PR, отличие от рекламы. Понятие и виды PR-технологий, их психологическое обоснование. Принципы PR-технологий. Планирование и проведение PR-кампаний. Психологические основы PR-деятельности по формированию позитивного персонального имиджа, имиджа организации. Практические аспекты взаимодействия PR-специалистов и журналистов.	4

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Реклама и связи с общественностью как вид	Психология медиаторства. Реклама и связи с общественностью как творчество. Творческое мышление: понятие, характеристика.	3

		<p>деятельности. Психология творчества специалиста по рекламе и связям с общественностью.</p>	<p>Структура и специфика творческого процесса. Психологические аспекты деятельности копирайтера и специалиста по связям с общественностью</p>	
2	2.1	<p>Характеристика творческой личности автора медиатекста. Параметры креативности. Динамика становления творческих способностей.</p>	<p>Характеристика специалиста по рекламе и связям с общественностью. Гендерная характеристика личности. Возможные технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности. Воображение и интеллект, способы стимулирования воображения и внимания, контроль воображения.</p>	3
3	3.1	<p>Структура и специфика творческого процесса в рекламе и связях с общественностью. Условия активизации творческого мышления. Диагностика творческих способностей</p>	<p>Стимулы творчества. Мотивация творчества. Креативная среда как фундамент творчества. «Киллеры» продуктивного творчества: что мешает творческому процессу.</p>	3
4	4.1	<p>Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Разработка креативных PR-идеи и бренда. Методы воздействия и взаимодействия в PR-тексте. Методы</p>	<p>Факторы интереса современной аудитории. Этнопсихологические особенности рекламы. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности и PR. Развитие креативных технологий в рекламе. Традиционные креативные технологии, их задачи и функции. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Методы оценки эффективности рекламы.</p>	3

		оценки эффективност и рекламы.		
5	5.1	<p>           ПР-технологии: понятие, виды, особенности. Характеристика ПР-технологий. Виды имиджа и его формирование . Психология ПР-взаимодействий со СМИ.         </p>	<p>           Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Психология ПР-взаимодействий со СМИ. "Паблрилейшнз" и "средства массовой информации". Публичные коммуникации и связи с общественностью. Практические аспекты взаимодействия ПР-специалистов и журналистов.         </p>	6

### 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	Психология творчества специалиста по рекламе и связям с общественностью.	Эссе-рецензия на рекомендуемую литературу. Составление обобщающей таблицы: виды деятельности специалиста по рекламе и ПР	31
2	2.1	Типы профессиональных идеологий. Возможные технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности. Решение креативной задачи в ПР и	Творческие задания. Заполнение таблицы «Кто Я».	31

		рекламе		
3	3.1	Креативная среда как фундамент творчества. Диагностика творческих способностей	Проведение анкетирования и блиц-опроса: мотивация творчества копирайтера, катализаторы творческого процесса. Диагностика творческих способностей: вербальный и невербальный креатив. Творческие задания.	31
4	4.1	Решение креативной задачи в PR и рекламе. Методы воздействия и взаимодействия в PR-тексте. Факторы интереса целевой аудитории.	Таблица-схема: «Сходство и различие рекламных носителей». Проект: Разработка модели эффективной рекламы. Досье: "Креативные технологии в рекламе и PR"; «Технологии воздействия в СМИ». Ролевая игра: Оценка медиатекста с точки зрения восприятия аудитории.	31
5	5.1	PR-технологии: эффекты воздействия. Технология построения регионального бренда. Приемы взаимодействия PR-специалистов и журналистов	Психологический анализ медиатекста. Досье: Технологии убеждения и манипулирования. Творческое задание: Минисправочник "Бренды Забайкальского края". Медиапрезентация: как пиарщикам общаться с журналистами	62

#### **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. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью [Текст] : учебное пособие для вузов : [для бакалавров] / Чумиков Александр Николаевич; А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с. : ил. - (Учебник нового поколения). - Библиогр.: с. 159. - ISBN 978-5-7567-0717-5. доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866>
2. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста [Текст] : учеб. пособие. - 2-е изд., испр. и доп. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 297 с. - ISBN 978-5-9293-1509-1 : 197-00.

### **5.1.2. Издания из ЭБС**

1. Жильцова, Ольга Николаевна. Рекламная деятельность : Учебник и практикум / Жильцова Ольга Николаевна; Жильцова О.Н., Синяева И.М., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 233. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-9889-4 : 76.99.
2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472777>
3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489012> (дата обращения: 25.01.2022).
4. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09048-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494895>
5. Андреева, А. А. Психология рекламы : учебно-методическое пособие / А. А. Андреева. — Тюмень : ТюмГУ, 2016. — 52 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/117861> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6. Мандель, Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика : учебное пособие / Б. Р. Мандель. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-9765-1633-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/115866> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
7. Белобрагин, В. В. Психология имиджа : учебно-методическое пособие / В. В. Белобрагин. — Москва : Научный консультант, 2018. — 72 с. — ISBN 978-5-6040635-4-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111829> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **5.2. Дополнительная литература**

### **5.2.1. Печатные издания**

1. Калошина, Инна Павловна. Психология творческой деятельности : учеб. пособие / Калошина Инна Павловна. - 3-е изд., доп. - Москва : Юнити, 2008. - 655с. - (Педагогическая школа. XXI век). - ISBN 978-5-238-01430-2 : 610-00.

2. Кутлалиев, Асхат. Эффективность рекламы / Кутлалиев Асхат, Попов Алексей. - Москва : Эксмо, 2006. - 416с. - (Профессиональные издания для бизнеса). - ISBN 5-699-10796-7 : 380-00.

### 5.2.2. Издания из ЭБС

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496454>

2. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08175-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492898>

3. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491694> (дата обращения: 25.01.2022).

4. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488986> (дата обращения: 25.01.2022).

5. Нескрябина, О. Ф. Социально-психологический анализ медиасферы : учебное пособие / О. Ф. Нескрябина. — Красноярск : СФУ, 2019. — 164 с. — ISBN 978-5-7638-4073-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157610> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Новикова, Т. Е. Психология телерекламы : учебно-методическое пособие / Т. Е. Новикова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2016. — 16 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153229> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. Гольдман, И. Л. Психология массовых коммуникаций : учебно-методическое пособие / И. Л. Гольдман. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2013. — 68 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180349> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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

Название	Ссылка
ЭБС «Юрайт»	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
ЭБС «Лань»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
ЭБС «Консультант студента»	<a href="https://www.studentlibrary.ru/">https://www.studentlibrary.ru/</a>

Библиотека «ПСИ-ФАКТОРА	<a href="https://psyfactor.org/lybr.htm">https://psyfactor.org/lybr.htm</a>
Российская научная электронная библиотека eLibrary.Ru	<a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>
Учебники и учебные пособия АПСО (Ассоциация преподавателей по связям с общественностью)	<a href="http://apsolib.ru/uchebniki-i-uchebnye-posobiya/">http://apsolib.ru/uchebniki-i-uchebnye-posobiya/</a>

## 6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY 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 промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

## 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.

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

Разработчик/группа разработчиков:  
Ирина Викторовна Ерофеева

**Типовая программа утверждена**

Согласована с выпускающей кафедрой  
Заведующий кафедрой

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