

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.01.13 Психология массовой коммуникации  
на 216 часа(ов), 6 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:

формирование системного понимания закономерностей психологических процессов, лежащих в основе массовой коммуникации и индивидуального творчества копирайтера и специалиста по связям с общественностью

Задачи изучения дисциплины:

- освоение социально-психологических аспектов функционирования массовой информации, ПР и рекламы в современном мире;
- формирование представления о значении и месте психологии в комплексе связей с общественностью, о психолого-социологических факторах и условиях, способствующих повышению эффективности конкретных видов рекламной и ПР-деятельности;
- познакомить с психологическими приемами разрешения основных коммуникативных проблем и личных творческих затруднений;
- формирование уважения к профессиональным правилам техники информационно-психологической безопасности (в работе с аудиторией, в профессиональной деятельности в стрессогенных условиях современных массмедиа)

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

Обязательная часть Модуль социально-гуманитарных дисциплин Лекционно-практический базируется на материале и компетенциях дисциплин бакалавриата: Психология, Психологические основы рекламы и связей с общественностью, Введение в профессию, Социология массовой коммуникации

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 зачетных(ые) единиц(ы), 216 часов.

Виды занятий	Семестр 4	Семестр 5	Всего часов
Общая трудоемкость			216
Аудиторные занятия, в т.ч.	14	12	26
Лекционные (ЛК)	6	6	12
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	8	6	14
Лабораторные (ЛР)	0	0	0

Самостоятельная работа студентов (СРС)	94	60	154
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Экзамен	36
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 характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь: Учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть: Эффективными технологиями взаимодействия с целевой аудиторией, учитывая её основные характеристики</p>
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	<p>Знать: Цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: Осуществлять поиск корректных, психологически безопасных творческих приемов</p>

	ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии  Владеть: Эффективными с точки зрения психологии массовой коммуникации приемами при сборе, обработке и распространении информации
ПК-1	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: Специфику каналов массовой коммуникации, имеющийся мировой и отечественный опыт психологии массовой коммуникации, необходимый для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью  Уметь: Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом законов и положений психологии массовой коммуникации  Владеть: Психологическими механизмами и особенностями создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

### 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	Теория и практика медиавоздействия: история и современность	Психология массовой коммуникации как наука. История исследований медиавоздействия. Информационно-психологическая война.	54	3	4	0	47
2	2.1	Основные психологические концепции в работе автора медиатекста	Массовое сознание: понятие, черты, характеристика. Бихевиоризм как наука о поведении. Теория когнитивизма. Гештальт-психология: проблема создания и восприятия медиатекста.	54	3	4	0	47
3	3.1	Проблема социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ. Психоанализ З. Фрейда и современные массмедиа.	36	3	3	0	30
4	4.1	Постфрейдизм и проблемы межличностной и массовой коммуникации	Постфрейдизм: история вопроса. Аналитическая психология К.Г. Юнга. Гуманистическая психология и СМИ.	36	3	3	0	30
Итого				180	12	14	0	154

### 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	Психология массовой коммуникации и как наука	Психология массовой коммуникации: понятие, история становления, задачи. Объект и предмет изучения психологии массовой коммуникации. Задачи курса. Концептуальные проблемы данной дисциплины. Социально-психологические	1

			<p>функции СМИ.</p> <p>Социальнопсихологические проблемы современной массовой коммуникации</p>	
	1.1	История исследований медиавоздействия.	<p>Этапы исследований медиавоздействия.</p> <p>Социальнопсихологические теории (теория управляемого социального развития А. Грамши, П. Сорокина, М. Фуко, К. Манхейма). Психология массовых коммуникаций (Э. Дихтер, В. Пэккард, Луи Ческин и др.).</p>	1
	1.1	Информационно-психологическая война как общественное и политическое явление	<p>Информационно-психологические войны: понятие, классификация, черты. Пространство воздействия: физическое, информационное, когнитивное. Этапы проведения ИПВ, характеристика модели ИПВ, причины и цели ИПВ.</p> <p>Информационное оружие: понятие, виды. Способы противостояния.</p>	1
2	2.1	Массовое сознание: понятие, черты, характеристика	<p>Массовое сознание: понятие и история вопроса. Структура, субъекты и носители массового сознания. История становления. Специфика и характеристика массового сознания. Своеобразие картины мира масчеловека</p>	1
	2.1	Бихевиоризм как наука о поведении.	<p>Бихевиоризм как наука о поведении. Теория подкрепления и научения. Возможности и проблемы использования технологии бихевиоризма в работе копирайтера и специалиста по связям с общественностью</p>	1
	2.1	Теория когнитивизма.	<p>Теория когнитивизма. Ее значение в исследовании психологических процессов массовой коммуникации (личностный конструкт, эффект прайминга). Конгруэнтность. Гипотеза гомеостаза. Соответствие эмоционального и интеллектуального компонентов установки в процессе моделирования массовой коммуникации</p>	1

3	3.1	Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ.	Методы и технологии социально-психологического воздействия на аудиторию (методы: подражание, внушение, заражение, убеждение). Формирующий и манипулятивные способы воздействия. Манипуляция: сущность, черты и свойства.	2
	3.1	Психоанализ З. Фрейда и современные массмедиа.	Проблема использования психоанализа З. Фрейда в современных массмедиа. Структура личности. Теория драйв-мышления. Симптомы «гедонистического риска». Характеристика защитных механизмов человеческой психики (механизмы психологической защиты аудитории).	1
4	4.1	Постфрейдизм: история вопроса. Аналитическая психология К.Г. Юнга.	Постфрейдизм: краткая история вопроса. А. Адлер (индивидуальная психология), Карен Хорни (социальный фрейдизм), Э. Берн (транзакционный анализ). Психология К. Юнга. Проблема эффективности использования архетипов в рекламе и ПР. Теория архетипов: сущность и понятие, структура.	2
	4.1	Гуманистическая психология и СМИ	Гуманистический психоанализ: Э. Фромм (социально-психологические проблемы взаимоотношения человека и общества, концепция личности, теория деструктивных типов, теория стимулов). Тематика насилия и страха в современных СМИ: психологические аспекты реализации.	1

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	История исследований медиавоздействия	История исследований медиавоздействия: теория пули, модель ограниченного воздействия, гипотеза культивации информации. В. М. Бехтерев: теория подражания и внушения. Внушение: понятие,	2

			классификация. История вопроса. Теория рационального внушения. «Сублиминальное кино» Джеймса Вайкери.	
	1.1	Информационно-психологическая война как общественное и политическое явление	Информационно-психологические войны: понятие, классификация, черты. Этапы проведения ИПВ. Информационное оружие: понятие, виды. Способы противостояния и формы защиты.	2
2	2.1	Массовое сознание: понятие, черты, характеристика	Специфика массового сознания. Психограмма массчеловека. Аксиологическая характеристика массового человека.	1
	2.1	Бихевиоризм как наука о поведении.	Бихевиоризм как наука о поведении. Возможности и проблемы использования технологии бихевиоризма в работе	1
	2.1	Теория когнитивизма.	Теория когнитивизма. Ее значение в исследовании психологических процессов массовой коммуникации (личностный конструкт, эффект прайминга). Конгруэнтность. Гипотеза гомеостаза. Соответствие эмоционального и интеллектуального компонентов установки.	1
	2.1	Гештальт-психология: проблема создания и восприятия медиатекста	Гештальт-психология: проблема создания и восприятия медиатекста. Образы как продукт работы воображения, основные психологические операции, посредством которых создаются образы. Закономерности создания перцептивных образов. Правила эффективной верстки. «Психологические крючки» для аудитории: роль цветовой гаммы, шрифта, размера, типа верстки и др. Искусство создания картинки.	1
3	3.1	Методы и технологии со	Методы и технологии социально-психологического воздействия на	1



		циально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ.	аудиторию (методы: подражание, внушение, заражение, убеждение). Формирующий и манипулятивные способы воздействия. Манипуляция: сущность, черты и свойства.	
	3.1	Психоанализ З. Фрейда и современные массмедиа.	Проблема использования неофрейдизма в СМИ: СМИ, кинематограф, ПР и реклама. Технологии и эффекты воздействия на целевую аудиторию. Характеристика защитных механизмов человеческой психики (механизмы психологической защиты аудитории).	2
4	4.1	Аналитическая психология К.Г. Юнга.	Основные технологии введения архетипов в медиатекст Проблема эффективности использования в рекламе и связям с общественностью. Маркетинг и 12 архетипов от Кэрл Пирсон. Архетипы в стиле и личном брендинге.	2
	4.1	Гуманистический психоанализ Э. Фромма	Тематика насилия и страха в современных СМИ (шоковая реклама, черный ПР, партизанский маркетинг и др.): психологические аспекты реализации и возможные эффекты воздействия на целевую аудиторию.	1

### 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	История исследований медиавоздействия. Роль психологических теорий	Индивидуальное творческое задание. Творческая контрольная	47

		в повышении эффективности работы специалиста по рекламе и связям с общественностью, в обеспечении оптимального взаимодействия СМИ и аудитории. Информационно-психологическая война как общественное и политическое явление	работа. Доклад-Медиапрезентация. Составление обобщающей таблицы: организация работы с различным типом текстов по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации. Эссе-рецензия.	
2	2.1	Характеристика массового сознания. Бихевиоризм, гештальт-психология, когнитивная психология: аспекты и технологии использования в массмедиа.	Доклад. Медиапрезентация. Творческая контрольная работа. Тестирование. Кейс-задача. Проектная мастерская.	47
3	3.1	Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ. Проблема использования неопределенности в современных массмедиа. Технологии и эффекты воздействия на целевую аудиторию.	Доклад - Медиапрезентация. Творческая контрольная работа. Тестирование. Составление обобщающей таблицы: организация работы с различным типом текстов по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации	30
4	4.1	Аналитическая психология К.Г. Юнга. Гуманистический психоанализ Э. Фромма: страх и насилие в современной массовой коммуникации как фактор воздействия на целевую аудиторию	Медиапрезентация. Творческая контрольная работа. Тестирование. Эссе-рецензия. Индивидуальное творческое задание	30

#### **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.

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Основная литература

#### 5.1.1. Печатные издания

1. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : учеб. для бакалавров. - Москва : Юрайт, 2014. - 512 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - ISBN 978-5-9916-3340-6 : 474-10.

2. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - 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. 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>

2. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496255> (дата обращения: 25.01.2022).

3. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488952> (дата обращения: 25.01.2022).

4. 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. 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).

### 5.2. Дополнительная литература

#### 5.2.1. Печатные издания

1. Ерофеева, И. В. Технологии медиатекста : учебное пособие / И. В. Ерофеева, О. В. Сафронова, В. А. Тихомиров ; под редакцией И. В. Ерофеевой. — Чита : ЗабГУ, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9293-2497-0.

2. Пронина, Е.Е. Психология журналистского творчества : учеб. пособие. - Москва : КДУ, 2006. - 368 с. : ил. - ISBN 5-98227-115-2 : 229-10.

3. Чалдини, Р. Психология влияния [Текст] . - 5-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2016. - 336 с. : ил. - (Мастера психологии). - ISBN 978-5-496-01033-7 : 564-00.

### 5.2.2. Издания из ЭБС

1. 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>

2. 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.

3. 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>

4. Лебедева, Л. В. Психология рекламы : учебное пособие / Л. В. Лебедева. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 129 с. — ISBN 978-5-9765-1642-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/115863>

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>

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

Название	Ссылка
ЭБС «Лань»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
ЭБС «Юрайт»	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
НЭБ eLIBRARY.RU	<a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>
Библиотека «ПСИ-ФАКТОР».	<a href="https://psyfactor.org/lybr.htm">https://psyfactor.org/lybr.htm</a>
Библиотека Психология и общество. Психология СМИ. Влияние СМИ. Исследование СМИ. Медиа-исследования, медиапсихология и медиа-влияние	<a href="https://psyfactor.org/lybr75.htm">https://psyfactor.org/lybr75.htm</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".

## 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, закреплённой 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, закреплённой 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 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 (проектная мастерская)

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.