

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.01.06 Креативные технологии в связях с общественностью и брендинге
на 252 часа(ов), 7 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:

усвоение студентами системы специальных знаний и способов творческой деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; выявление и активизация необходимых для профессиональной деятельности творческих способностей.

Задачи изучения дисциплины:

Рассмотреть особенности творческого мышления.

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

Познакомить с основными психологическими механизмами и технологиями 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.

Стимуляция концептуальных структур национальной аксиологии творчества: воспитание чувства гармонии, эстетической грамотности.

Смоделировать креативные методы в профессиональной деятельности, базирующиеся на эргономике человека, его предшествующем опыте, ожиданиях.

Закрепить теоретические знания практическими навыками.

Рассмотреть креативные технологии в разных направлениях работы копирайтера и специалиста по связям с общественностью.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Вариативная часть, формируемая участниками образовательных отношений Модуль профессиональной подготовки Отрабатывает компетенции, закрепленные в курсах Теория и практика связей с общественностью, Введение в профессию, Психологические основы PR-деятельности, Психология слухов и сплетен, Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью), Психология массовой коммуникации, Психологические основы рекламы и связей с общественностью и др.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 7 зачетных(ые) единиц(ы), 252 часов.

| Виды занятий | Семестр 4 | Семестр 5 | Всего часов |
|----------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Общая трудоемкость | | | 252 |
| Аудиторные занятия, в т.ч. | 10 | 12 | 22 |

| | | | |
|--|-------|---------|-----|
| Лекционные (ЛК) | 4 | 4 | 8 |
| Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ) | 0 | 0 | 0 |
| Лабораторные (ЛР) | 6 | 8 | 14 |
| Самостоятельная работа студентов (СРС) | 98 | 96 | 194 |
| 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-1 | ОПК – 1. 2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | Знать: Специфику подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Уметь: Осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и |

| | | |
|-------|--|---|
| | | <p>(или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>Владеть: Навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> |
| ОПК-3 | <p>ОПК-3.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> | <p>Знать: Особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры</p> <p>Уметь: Создавать эффективные тексты рекламы и связей с общественностью с учетом достижений отечественной и мировой культуры</p> <p>Владеть: Технологиями использования средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и</p> |

| | | |
|------|--|--|
| | | связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| 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, специфику медиатекста</p> <p>Уметь: Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с целью достижения максимальной эффективности</p> <p>Владеть: Технологиями подготовки рекламы для печатных и электронных средств массовой информации с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> |
| ПК-6 | ПК-6.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | <p>Знать: Основные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи</p> <p>Уметь: Планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта, работать с</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>разными целевыми группами</p> <p>Владеть: Технологиями планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения маркетинговых исследований</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 | Структура и специфика творческого процесса | <p>Психология творчества. Творчество как феноменальное свойство личности. Творческое мышление: понятие, характеристика. Особенности творческого мышления. Условия активизации творческого мышления. Мотивация творчества. Креативная среда как фундамент творчества.</p> | 36 | 2 | 2 | 0 | 32 |
| 2 | 2.1 | Разновидности и в творческой деятельности в PR и рекламе | <p>Теория креократии. Креативность и эффективность. Отличие креативности от творчества. Понятие креатива и креативной технологии в PR и</p> | 36 | 1 | 2 | 0 | 33 |

| | | | | | | | | |
|---|-----|---|---|----|---|---|---|----|
| | | | рекламе. Разработка креативных технологий и бренда. Рекламная концепция продукта в PR и рекламной коммуникации. Поэтапный план решения креативной задачи в PR. | | | | | |
| 3 | 3.1 | Психология творческих способностей в контексте профессиональной деятельности. | Личность автора медиатекста: пространство творчества и креатива. Инструментарий воздействия в медиатексте как проявление творческого потенциала языковой личности. Реклама на различных носителях. | 36 | 1 | 2 | 0 | 33 |
| 4 | 4.1 | Факторы интереса современной аудитории | ВОсприятие, Внимание. Потребности. Механизмы воздействия. Задачи и функции креативных технологий в рекламе и PR-коммуникациях. | 27 | 1 | 2 | 0 | 24 |
| 5 | 5.1 | Креативные текстовые технологии в рекламе и PR | Креативные текстовые технологии в рекламе и PR. Традиционные креативные технологии. Развитие креативных технологий в рекламе. Особенности формирования рекламного образа. Мышление образами с участием зрительной памяти и воображения, ассоциации. Отличительные особенности художественного и рекламного образов. | 27 | 1 | 2 | 0 | 24 |
| 6 | 6.1 | Креативный потенциал | Методы повышения уровня творческих | 27 | 1 | 2 | 0 | 24 |

| | | | | | | | | |
|-------|-----|--|--|-----|---|----|---|-----|
| | | коллектива Ценности и корпоративна я культура креативной команды. | возможностей сотрудников отдела рекламы. Креативный лидер и его функции в команде. Виды и специфика различных креативных проектов. Этапы осуществления креативного проекта. Ценности и корпоративная культура креативной команды. | | | | | |
| 7 | 7.1 | Диагностика творческих способностей | Эффективный креатив для целевой аудитории. Диагностика вербального и невербального креатива: методики, подходы | 27 | 1 | 2 | 0 | 24 |
| Итого | | | | 216 | 8 | 14 | 0 | 194 |

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 и специфика творческого процесса | Психология творчества. Творчество как феноменальное свойство личности. Творческое мышление: понятие, характеристика. Особенности творческого мышления. Структура творческого процесса: завязка, инкубация, инсайт, кульминация, развязка. Правила культуры умственной деятельности. Возможные технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности. Условия активизации творческого мышления. Мотивация творчества. Креативная среда как фундамент творчества. | 2 |
| 2 | 2.1 | Разновидност и творческой деятельности в ПР и | Теория креократии. Креативность и эффективность. Отличие креативности от творчества. Понятие креатива и креативной технологии в | 1 |

| | | | | |
|---|-----|--|---|---|
| | | рекламе | PR и рекламе. Разработка креативных PRидеи и бренда. Рекламная концепция продукта в PR и рекламной коммуникации. Поэтапный план решения креативной задачи в PR. | |
| 3 | 3.1 | Психология творческих способностей в контексте профессиональной деятельности | Личность автора медиатекста: пространство творчества и креатива. Инструментарий воздействия в медиатексте как проявление творческого потенциала языковой личности. Реклама на различных носителях: характеристика, технологии | 1 |
| 4 | 4.1 | Факторы интереса современной аудитории | Восприятие, Внимание (типы внимания). Потребности. Механизмы воздействия. Методы воздействия и взаимодействия. Задачи и функции креативных технологий в рекламе и PRкоммуникации. Асимметричные методы воздействия | 1 |
| 5 | 5.1 | Креативные текстовые технологии в PR и рекламе | Креативные текстовые технологии в PR и рекламе. Традиционные креативные технологии. Развитие креативных технологий в рекламе. Особенности формирования рекламного образа. Мышление образами с участием образов зрительной памяти и воображения, ассоциации. Отличительные особенности художественного и рекламного образов. | 1 |
| 6 | 6.1 | Креативный потенциал коллектива | Методы повышения уровня творческих возможностей сотрудников отдела рекламы. Креативный лидер и его функции в команде. Виды и специфика различных креативных проектов. Этапы осуществления креативного проекта. Ценности и корпоративная культура креативной команды. | 1 |
| 7 | | | | |

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
|--|--|--|--|--|

| Модуль | Номер раздела | Тема | Содержание | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|--|---|------------------------|
| 1 | 1.1 | Структура и специфика творческого процесса | Структура творческого процесса: завязка, инкубация, инсайт, кульминация, развязка. Условия активизации творческого мышления. Мотивация творчества. | 2 |
| 2 | 2.1 | Разновидность и творческой деятельности в PR и рекламе | Креативность и эффективность. Отличие креативности от творчества. Разработка креативных PR-идеи и бренда. Рекламная концепция продукта в PR и рекламной коммуникации. | 2 |
| 3 | 3.1 | Психология творческих способностей в контексте профессиональной деятельности | Креатив в рекламе: специфика разных каналов коммуникации. Рекламные тексты в различных носителях. Способы написания креативного рекламного текста | 2 |
| 4 | 4.1 | Факторы интереса современной аудитории | Методы воздействия и взаимодействия. Креативные технологии в рекламе и PR-коммуникации | 2 |
| 5 | 5.1 | Креативные текстовые технологии в PR и рекламе | Креативные текстовые технологии в PR и рекламе. Традиционные и инновационные креативные технологии. Сравнительное сопоставление различных товаров либо одного и того же товара в ситуации «до и после». | 2 |
| 6 | 6.1 | Креативный потенциал коллектива | Креативный лидер и его функции в команде. Виды и специфика различных креативных проектов. Ценности и корпоративная культура креативной команды. | 2 |
| 7 | 7.1 | Диагностика творческих способностей | Диагностика вербального и невербального креатива: методики, подходы | 2 |

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 | Технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности. | Доклады - Медиапрезентация. Эссерецензия: книги о творчестве. | 32 |
| 2 | 2.1 | Разработка PR-идеи и бренда: региональный контекст | Экскурсия в рекламные агентства региона (творческий отчет). | 33 |
| 3 | 3.1 | Пирамида потребностей А. Маслоу и реклама. | План-конспект. Решение ситуационной задачи: Концепция рекламного текста, ориентированного на различную целевую аудиторию: молодежь, пенсионеры. | 33 |
| 4 | 4.1 | Факторы интереса современной аудитории | Творческое задание: сегментация целевой аудитории. Работа с карточками. | 24 |
| 5 | 5.1 | Игровые технологии в рекламе и ПР. | Составление картотеки. Выполнение творческих заданий, заполнение творческого дневника | 24 |
| 6 | 6.1 | Ценности и корпоративная культура креативной команды.: региональный контекст | Портфолио | 24 |
| 7 | 7.1 | Диагностика творческих способностей: подходы и типология | Тестирование | 24 |

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. 1. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - Чита : ЗабГУ, 2014. - 168 с. : ил. - ISBN 978-5-9293-1094-2 : 120-00. 2. 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.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. 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. Евгеньева, Татьяна Васильевна. Психология массовой политической коммуникации : Учебник и практикум / Евгеньева Татьяна Васильевна; Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 299. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00. 3. Гуревич, Павел Семенович. Социология и психология рекламы : Учебное пособие / Гуревич Павел Семенович; Гуревич П.С. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 462. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-02457-9 : 171.99. 4. Петрушин, Валентин Иванович. Развитие творческих способностей : Учебное пособие / Петрушин Валентин Иванович; Петрушин В.И. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 221. - (Образовательный процесс). - ISBN 978-5-534-04905-3 : 1000.00.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. 1. Павлова, В.С. Креативная реклама: методология, технологии, графический дизайн : учеб. пособие / В. С. Павлова. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 159 с. - ISBN 978-5-9293-1375-2 : 159-00. 2. Столяренко, Л.Д. Психология общения : учеб. / Л. Д. Столяренко, С. И. Самыгин. - 2-е изд., стер. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. - 317 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-222-22015-3 : 242-00. 3. Пономарев, Я.А. Психология творчества : избранные психологические труды / Я. А. Пономарев. - Москва ; Воронеж : МОДЭК, 1999. - 480 с. - (Психологи Отечества). - ISBN 5-89395-067-4 : 49-71.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. 1. Коноваленко, Марина Юрьевна. Психология рекламы и пр : Учебник / Коноваленко Марина Юрьевна; Коноваленко М.Ю., Ясин М.И. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 391. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00765-7 : 147.42. 2. Селезнева, Лариса Васильевна. Подготовка рекламного и пр-текста : Учебное 18 пособие / Селезнева

Лариса Васильевна; Селезнева Л.В. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 159. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-04084-5 : 55.69. 3. Синяева, Инга Михайловна. Реклама и связи с общественностью : Учебник для бакалавров / Синяева Инга Михайловна; Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 552. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978- 5-9916-3181-5 : 162.16.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

| Название | Ссылка |
|---|---|
| ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121. | http://www.trmost.ru/lib-main.shtml?all_books |
| ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28. | http://www.e.lanbook.ru/ |
| ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27. | https://urait.ru/ |
| ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; Договор № 204-11/15/223/16-7 | http://www.biblioclub.ru/ |

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:

1) Corel Draw

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 лабораторных 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. 19

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, проблемноориентированные 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 разьяснения 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 психологопедагогическую 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:
Любовь Васильевна Литвинова

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.