

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.04.01 Введение в профессию  
на 108 часа(ов), 3 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:

Курс «Введение в профессию» дает представление о месте и роли связей с общественностью с позиций социальной значимости в современном мире, знакомит студентов с основами теоретических знаний о системе рекламы как социальном феномене в рамках методологического единства системного подхода и модельных, типологических концепций. Он ориентирован на формирование базовых представлений о специфике связей с общественностью как информационной социально-ориентированной деятельности, знакомит учащихся с функциями рекламы, закономерностями профессионального становления специалиста, особенностями взаимодействия средств массовой коммуникации с аудиторией.

Задачи изучения дисциплины:

1) дать представления о месте и роли специалиста в современном обществе; 2) рассмотреть профессию специалиста по связям с общественностью как особый вид творческой деятельности; 3) дать представление о процессах массовой коммуникации и функциях рекламы и пиара; 4) рассмотреть проблемы эффективного взаимодействия средств массовой коммуникации с аудиторией с учетом особенностей современного информационного пространства; 5) познакомить с историей и системой современного рекламного образования в России и за рубежом; 6) выработать навыки учебного труда студента и познакомить с правилами рациональной организации умственной деятельности.

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

Курс по выбору; вариативная часть учебного плана.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Виды занятий	Семестр 2	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	10	10
Лекционные (ЛК)	4	4
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа	62	62

студентов (СРС)		
Форма промежуточной аттестации в семестре	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
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>Знать: - Природу современного информационного общества, основы теории коммуникации, специфику журналистики, особенности массовой информации; - взаимосвязанность проблем свободы и социальной ответственности в журналистике, важность следования принципам информационной безопасности. - сущность и специфику журналистской профессии, важнейшие социальные роли журналиста, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств.</p> <p>Уметь: - Базироваться на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности; - анализировать журналистские произведения, учитывая особенности системы СМИ. - использовать полученные знания для развития своего творческого потенциала, а также при подготовке журналистских текстов для различных видов СМИ.</p>

		Владеть: навыками изменения и анализа тенденций развития общественных институтов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Знать: Функции ПР в современном обществе</p> <p>Уметь: Определить место и роль профессии в современном обществе</p> <p>Владеть: Навыками учебного труда студента, учебной работы в различных формах, изучения литературы, подготовки письменных исследований</p>
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>Знать: Знать: Систему медиапланирования: выбор оптимальных каналов размещения рекламы, проводимый с целью достижения максимальной эффективности рекламной кампании. Основные составляющие медиапланирования; - в чём состоит разработка эффективной рекламной кампании в организации</p> <p>Уметь: - Выбрать оптимальные каналы размещения рекламы с целью достижения максимальной эффективности рекламной кампании; - определить основные составляющие медиапланирования и способы размещения рекламы в средствах массовой информации.</p> <p>Владеть: - Подготовкой рекламы для электронных средств массовой информации и организация работы с ними; - умением использовать достоинства и недостатки радио, телевидения и интернета с точки зрения PR, их социальное влияние на жизнь человека.</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	Реклама и PR: общие сведения	Реклама: понятие, функции, виды. Влияние на общество. PR: понятие, объект, субъект, цели, задачи, функции	36	2	3	0	31
2	2.1	PR в современном обществе	История развития PR. Виды PR. Причины возникновения PR. PR в разные периоды. Внутренний PR. Внешний PR. Политический PR. Социальный PR. PR в шоу-бизнесе. Черный PR. Виды PR-мероприятий. Промо-акции. Прессконференция. Конференция. Product-placement. Спонсорство. Благотворительность. Круглый стол. Корпоративный праздник. Проведение пресс-конференции. Конкретные случаи использования PR. Анализ рекламной и PR продукции. Корпоративная социальная ответственность. Правила написания пресс-релиза. Подготовка прессрелиза. Исследования в	36	2	3	0	31

			рекламе. Творческое воплощение рекламы (рекламный креатив).					
Итого				72	4	6	0	62

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Реклама. Влияние на общество.	Реклама: понятие, функции, виды.	1
	1.1	PR: понятие, объект, субъект, цели, задачи, функции.	понятие, объект, субъект, цели, задачи, функции PR	1
2	2.1	Причины возникновения PR.	PR в разные периоды.	1
	2.1	Виды PR	Внутренний PR. Внешний PR. Политический PR. Социальный PR. PR в шоу-бизнесе. Черный PR. Виды PR-мероприятий. Промо-акции.	1

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Средства и виды рекламы в СМИ	На примерах забайкальских СМИ рассмотреть средства и виды рекламы.	3
2	2.1	Традиционные методы психологического воздействия рекламного сообщения. Суггестия в рекламе.	Определить на примерах забайкальских СМИ традиционные методы психологического воздействия рекламного сообщения. Суггестия в рекламе.	3

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

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

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	<p>1. Профессия PR-специалиста в обществе.</p> <p>Профессиограмма.</p> <p>2. Личность специалиста.</p> <p>Мотивационная сфера</p> <p>3. Особенности рекламной коммуникации: виды, участники, этапы.</p> <p>Визуальная и вербальная коммуникация в рекламе.</p> <p>4. Визуальная и вербальная коммуникация в рекламе.</p> <p>Субъектно-субъектные, субъектно-объектные, диалоговые отношения в рекламной коммуникации.</p>	<p>Доклады -</p> <p>Медиапрезентация.</p>	31
2	2.1	<p>5. Планирование рекламных и PR-мероприятия, подбор приёмов продвижения продукта, определение позиционирование продукта</p> <p>6. Организация подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы.</p> <p>7. Реклама: понятие, функции, виды. Влияние</p>	<p>Редактор соцсетей: редакционный анализ региональных и федеральных СМИ.</p> <p>Выработка стратегий интерактива с целевой аудиторией.</p>	31

		на общество. PR: понятие, объект, субъект, цели, задачи, функции. 8. Области работы – маркетинг, реклама, пресс-службы. Функциональное поле	
--	--	---	--

#### **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. 1.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. 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.Горкина, М. Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора / М. Б. Горкина. — 2-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-0813-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/95351> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей. 4.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. 5.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.

##### **5.1.2. Издания из ЭБС**

1.



## 5.2. Дополнительная литература

### 5.2.1. Печатные издания

1. 1. Марков, Самуил. PR в России больше, чем PR. Технологии, версии, слухи / Марков Самуил. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2005. - 432с. - ISBN 5-222-05986-3 : 101-00. 2. Годин, Александр Михайлович. Маркетинг : учебник / Годин Александр Михайлович. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2007. - 756с. - ISBN 978-5-91131-559-7 : 282-00. 3. Лебедев-Любимов, Александр Николаевич. Психология рекламы / Лебедев-Любимов Александр Николаевич. - 2-е изд. - Москва ; Санкт-Петербург ; Воронеж : Питер, 2007. - 384 с. : ил. - (Мастера психологии). - ISBN 978-5-469-01094-4 : 251-00. 4. Викентьев, Игорь Леонардович. Приемы рекламы и PUBLIC RELATIONS. Программы-консультанты: 446 примеров, 200 учебных задач, 21 практическое приложение. 8-е изд. доп. / Викентьев Игорь Леонардович. - Санкт-Петербург : Триз-Шанс : Бизнес-Пресса, 2007. - 406 с. - ISBN 5-8110-0114-2 : 266-00. 5. Бочаров, Михаил Петрович. Записки PRофессора. Публикации, выступления, интервью / Бочаров Михаил Петрович. - Москва : Дело, 2009. - 216 с. - ISBN 978-5-7749-0555-3 : 563-89.

### 5.2.2. Издания из ЭБС

1.

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

Название	Ссылка
ЭБС «Троицкий мост»; <a href="http://www.trmost.ru">www.trmost.ru</a> ЭБС «Лань»; <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> ЭБС «Лань»; <a href="http://www.e.lanbook.ru">www.e.lanbook.ru</a> ЭБС «Юрайт»; <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a> ЭБС «Юрайт»; <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a> ЭБС «Консультант студента»; <a href="http://www.studentlibrary.ru">www.studentlibrary.ru</a> Федеральный портал «Российское образование». URL: <a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a> Философский портал. URL: <a href="http://www.philosophy.ru">http://www.philosophy.ru</a> Медиаскоп. URL: <a href="http://www.mediascope.ru">www.mediascope.ru</a> Союз журналистов России. URL: <a href="http://www.ruj.ru">www.ruj.ru</a> Национальная ассоциация телерадиовещателей. URL: <a href="http://www.nat.ru">www.nat.ru</a> Гильдия издателей периодической печати. URL: <a href="http://www.gipp.ru">www.gipp.ru</a> Фонд защиты гласности. URL: <a href="http://www.gdf.ru">www.gdf.ru</a> Media Atlas. URL: <a href="http://www.mediaatlas.ru">www.mediaatlas.ru</a> International Association for Media and Communication Research. URL: <a href="http://www.iamcr.org">www.iamcr.org</a> World Association of Newspapers. URL: <a href="http://www.wan-press.org">www.wan-press.org</a> European Journalism Centre. URL: <a href="http://www.ejc.nl">www.ejc.nl</a> The Editors Weblog. URL: <a href="http://www.editorsweblog.org">www.editorsweblog.org</a> European Journalism	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>

Training Association. URL: [www.ejta.eu](http://www.ejta.eu)  
 Reporters Without Borders. URL: [www.rsf.org](http://www.rsf.org)  
 Медиакультура новой России. URL: [ural-yeltsin.ru/usefiles/media/Chekushov.doc](http://ural-yeltsin.ru/usefiles/media/Chekushov.doc)

## 6. Перечень программного обеспечения

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

Программное обеспечение специального назначения:

- 1) 1С-Битрикс: Корпоративный портал - Компания 1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях 7-Zip ABBYY FineReader Adobe Audition Adobe Flash Adobe In Design Adobe Lightroom Adobe Photoshop
- 2) Corel Draw
- 3) Foxit Reader

## 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 проведения лабораторных занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для курсового проектирования(выполнения курсовых работ)	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	
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.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех 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 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.

Разработчик/группа разработчиков:  
Елена Анатольевна Лоскутникова

**Типовая программа утверждена**

Согласована с выпускающей кафедрой  
Заведующий кафедрой

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