

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.05 Психология рекламного текста  
на 144 часа(ов), 4 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

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

Профиль – Коммуникативные технологии в связях с общественностью и рекламе (для  
набора 2023)

Форма обучения: Заочная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование психологической культуры автора медиатекста - системного представления о медиатексте как продукте творчества, пространстве репрезентации личностных и национальных когнитивных структур, инструментарии воздействия/взаимодействия с потребителем

Задачи изучения дисциплины:

формирование у студентов целостного представления о психолингвистической теории знания как достояния человека и определение роли языка как одного из средств формирования знания и доступа к нему в процессе создания медиатекстов

формирование знаний об общих проблемах психолингвистики; анализ медиатекста как источника культурологической информации;

формирование представления о многоуровневых составляющих информационно-психологического потенциала медиатекста - рекламного текста: атрибуты творчества и креатива; конструкты сбора и обработки информации; средства и технологии различного типа воздействия/взаимодействия с читателем, слушателем, зрителем;

обучение основам моделирования рекламного текста ресурсами национальной картины мира;

ориентирование в психологических и социально-психологических аспектах функционирования массмедиа и работы специалиста по связям с общественностью.

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

Курс входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Является концептуально важным, учитывая специфику магистерской программы

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы), 144 часов.

Виды занятий	Семестр 4	Всего часов
Общая трудоемкость		144
Аудиторные занятия, в т.ч.	16	16
Лекционные (ЛК)	8	8
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	8	8
Лабораторные (ЛР)	0	0

Самостоятельная работа студентов (СРС)	92	92
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
ОПК-4	ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	<p>Знать: Потребности общества и интересы аудитории в целях удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты</p> <p>Уметь: Интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп при создании медиатекста</p> <p>Владеть: Приёмами актуализации факторов интереса целевой аудитории с учетом формата медиатекста и корпоративной задачи.</p>
ОПК-7	ОПК-7.1. (общий по УГСН) Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции её социальной ответственности.	<p>Знать: Закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: Оценивать корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с положениями когнитивной лингвистики и психолингвистики</p>

		<p>Владеть: Приёмами взаимодействия с аудиторией при сборе, обработки и интерпретации фактов в медиатексте в соответствии с положениями когнитивной лингвистики и психолингвистики</p>
ПК-2	<p>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знать: Особенности создания текстов рекламы, а также актуальные технологии взаимодействия с аудиторией</p> <p>Уметь: Создавать рекламный текст, основываясь на углубленном понимании его специфики, а также знании инструментария взаимодействия с аудиторией в медиадискурсе</p> <p>Владеть: Технологиями создания эффективного медиатекста с использованием приёмов взаимодействия с аудиторией, а также навыками планирования самостоятельной деятельности по приобретению профессиональных знаний</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	Медиатекст как источник культурологич	Медиатекст как объект когнитивной лингвистики.	38	3	3	0	32

		еской информации. Рекламный текст как продукт творчества.	Рекламный текст как носитель ценностей. Вербализация ценностей культуры в рекламном тексте. Маркёры русской культуры в медиатексте разных СМК. Энергия медиатекста как единица его культурной памяти.					
2	2.1	Психология создания медиатекста	Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в рекламе (как тип медиатекста). Методы и технологии воздействия в рекламе/медиатексте.	36	3	3	0	30
3	3.1	Параметры и критерии эффективности и рекламы/медиатекста	Параметры и критерии эффективности рекламы/медиатекста Лингвокультурологический анализ рекламного текста.	34	2	2	0	30
Итого				108	8	8	0	92

### 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	Медиатекст как объект когнитивной лингвистики. Рекламный текст как носитель ценностей.	Медиатекст как объект когнитивной лингвистики. Психолингвистическая характеристика современного медиатекста. Функционирование языкового сознания в процессах производства и восприятия речи. Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности. Понятие «языковая личность». Языковая личность автора медиатекста.	1

	1.1	Вербализация ценностей культуры в медиатексте.	Вербализация ценностей культуры в медиатексте. Формы и средства репрезентации ментальных конструктов в медиатексте. Медиатекст как носитель ценностей. Маркёры русской культуры в рекламном тексте. Энергия медиатекста как единица его культурной памяти.	2
2	2.1	Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в рекламе (как тип медиатекста).	Влияние типа мышления автора на структурно-содержательные особенности материала. Субъективные качества творческой деятельности. Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в медиатексте. Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления в сфере РСО.	1
	2.1	Методы и технологии воздействия в медиатексте.	Понятие «технологии медиатекста». Методы воздействия в рекламе/медиатексте: подражание, внушение, заражение, убеждение. Характеристика уровней пространства воздействия медиатекста. Теория о простых и вдохновляющих стимулах медиатекста. Классификация текста Р. Барта. Структурно-содержательные особенности архетипов. Основные способы вербального обозначения архетипов. Национальные стереотипы как топос медиатекста. Национальные стереотипы в культурном ландшафте современной рекламы Когнитивные аспекты нарратива в медиатексте.	2
3	3.1	Параметры и критерии эффективности рекламы/медиатекста Лингвокультурологический анализ рекламного текста	Эффективность медиатекста: определение, виды, характеристика. Параметры и критерии эффективности рекламы. Методика и виды психологического анализа медиатекста. Лингвокультурологический анализ рекламы.	2

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Медиатекст как объект когнитивной лингвистики. Рекламный текст как носитель ценностей.	Функционирование языкового сознания в процессах производства и восприятия речи. Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности. Языковая личность автора медиатекста.	2
	1.1	Вербализация ценностей культуры в медиатексте.	Медиатекст как носитель ценностей. Маркёры русской культуры в рекламном тексте. Язык современных СМИ: проблема миромоделирования. Языковая и концептуальная картины мира. Блуждающая сюжетика рекламного дискурса.	1
2	2.1	Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в рекламе (как тип медиатекста).	Влияние типа мышления автора на структурно-содержательные особенности материала. Субъективные качества творческой деятельности. Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в рекламе/медиатексте. Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления в сфере РСО	1
	2.1	Методы и технологии воздействия в медиатексте.	Преимущества использования архетипов в медиатексте. Алгоритм введения архетипа в рекламный текст. Национальные стереотипы как топос медиатекста. Национальные стереотипы в культурном ландшафте современной рекламы. Статус и функции медианарратива. Структурная схема нарратива. Блуждающая сюжетика СМИ.	2
3	3.1	Параметры и критерии эффективности и рекламы/ме	Психологические механизмы создания и восприятия медиатекста. Эффективность медиатекста: определение, виды, характеристика.	2

		диатекста Лин гвокультуроло гический анализ рекламы.	Параметры и критерии эффективности рекламного текста. Методика и виды психологического анализа медиатекста.	
--	--	--	--	--

### 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	Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности. Языковая личность автора медиатекста. Вербализация ценностей культуры в медиатексте. Характеристика подходов к рассмотрению понятий «нация» и «менталитет». Формы и средства репрезентации ментальных конструктов в медиатексте. Язык современных СМИ: проблема миромоделирования.	Медиапрезентация - доклад. Кейс-задача Творческие задания. Эссе-рецензия. Контрольная работа. Концептуальная схема	32
2	2.1	Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в рекламном тексте. Методы и технологии воздействия в медиатексте.	Медиапрезентация - доклад. План-конспект. Кейс-задача Творческие задания. Эссе-рецензия. Контрольная работа.	30

3	3.1	Параметры и критерии эффективности рекламы. Лингвокультурологический анализ рекламного текста.	Творческие задания. Контрольная работа. Анализы медиатекста	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.

[Фонд оценочных средств](#)

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

##### **5.1. Основная литература**

###### **5.1.1. Печатные издания**

1. Лингвокультурологическое моделирование медиатекста: монография / И.В. Ерофеева, В.В. Богуславская, А.Н. Тепляшина, Ю.В. Толстокулакова. Чита: ЗабГУ, 2017. 202 с.
2. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста [Текст] : учеб. пособие. - 2-е изд., испр. и доп. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 297 с. - ISBN 978-5-9293-1509-1 : 197-00.

###### **5.1.2. Издания из ЭБС**

1. 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. 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>
3. 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>
4. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : учеб. для бакалавров. - Москва : Юрайт, 2022. - 512 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - ISBN 978-5-9916-3340-6 : 474-10.
5. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Москва : ФЛИНТА, 2021. — 107 с. — ISBN 978-5-9765-4714-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/182761>

##### **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. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173607> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Ерофеева И.В., Сафронова О.В., Мясникова Ц.Ц. Деонтология журналистики: этика, аксиология, право: учебное пособие. Чита: ЗабГУ, 2021. 156 с.

### 5.2.2. Издания из ЭБС

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496326>

2. 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).

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. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495892>

### 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, медиapsихология 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, АBBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС

"МегаПро".

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) Foxit Reader

3) Mozilla Firefox

## 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

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.