

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.01.10 Организация и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий  
на 360 часа(ов), 10 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 2024)  
Форма обучения: Заочная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Целью изучения дисциплины является обучение основным знаниям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах. Также в рамках изучения дисциплины студенты знакомятся с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных и PR-кампаний.

Задачи изучения дисциплины:

дать представление о целях и задачах коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами;

обучить студентов основным правилам подготовки и проведения коммуникационных кампаний;

ознакомить с видами PR-кампаний в коммерческом и некоммерческом секторах;

дать практические рекомендации по проведению коммуникационных кампаний в сфере PR.

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

Вариативная часть, формируемая участниками образовательных отношений Модуль профессиональной подготовки

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 10 зачетных(ые) единиц(ы), 360 часов.

Виды занятий	Семестр 8	Семестр 9	Семестр 10	Всего часов
Общая трудоемкость				360
Аудиторные занятия, в т.ч.	20	16	20	56
Лекционные (ЛК)	10	8	10	28
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	10	0	0	10
Лабораторные (ЛР)	0	8	10	18

Самостоятельная работа студентов (СРС)	88	92	88	268
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Зачет	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		КР		

**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-5	ОПК-5.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<p>Знать: Совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Уметь: Осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>

		<p>Владеть: Технологиями осуществления профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
ПК-3	<p>ПК-3.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать: Типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: Готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Владеть: Использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>
ПК-5	<p>ПК – 5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Знать: Основные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи</p> <p>Уметь: Планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта, работать с разными целевыми группами</p>

		Владеть: Навыками планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения маркетинговых исследований, осуществления мониторинга
--	--	---

### 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			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1	1.1	Понятие о коммуникационной кампании. Основные типы и виды коммуникационных кампаний.	Что такое коммуникационная кампания? Разновидности, признаки, классификация и особенности. Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Классификация PR-проектов по типам информационных субъектов.	37	3	0	0	34
2	2.1	Структура коммуникационной кампании. Идея, концепция, стратегия и ре	Сущность понятий «стратегия» и «тактика». Бизнес, маркетинговая и коммуникационная стратегии.	37	4	0	0	33

		зультативность коммуникационной кампании.	Стратегическое планирование. Этапы коммуникационной кампании. От стратегии коммуникационной кампании к ее воплощению: концепция – идея - воплощение.					
3	3.1	Основные этапы организации и проведения PR-кампаний. Планирование и бюджетирование	Аналитический этап коммуникационной кампании, технологии и правила формирования целей. Место и роль постановки цели и задач в коммуникационной кампании. Описание конечных результатов. Состав работ, их продолжительность, логическая взаимосвязь. Процессы кампании.	44	3	3	4	34
4	4.1	Определение целевых аудиторий. Основные технологии проведения PR-кампаний. Медиа аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	Анализ аудитории, основные критерии определения целевых групп общественности. Методы изучения целевой аудитории. Принципы выбора каналов коммуникаций. Основные технологии PR- кампаний. Технологии рекламно-информационного воздействия при проведении коммуникационных кампаний. Использование СМИ в рамках коммуникационной кампании: типология, особенности	44	4	2	4	34
5	5.1	Антикризисные, мотивационные, политические кампании.	Типология PR- кампаний. Антикризисные, мотивационные, политические кампании.	43	3	3	4	33

			<p>Псевдособытие: определение, сущность, преимущества и недостатки. Общее и различное в проведении рекламных и коммуникационных PR-кампаний. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.</p>					
6	6.1	<p>Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.</p>	<p>Мероприятие как инфоповод в коммуникационной кампании. Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия. PR-инструменты для повышения эффективности мероприятия. Специальные оригинальные мероприятия. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах. Презентации, выставки и экспозиции.</p>	43	4	2	4	33
7	7.1	<p>Мероприятия как форма коммуникаций. Классификация мероприятий. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия.</p>	<p>Основные типы мероприятий, особенности и различия в их организации. Классификация мероприятий. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации. Управление ресурсами. Характеристика используемых ресурсов (денежных и материальных).</p>	39	3	0	2	34

			Распределение ресурсов между работами. Бюджетирование мероприятий.					
8	8.1	Оценка эффективности и коммуникационной кампании. Влияние PR-кампаний на имидж, репутацию и развитие организации.	Основные методы оценки эффективности коммуникационной кампании. Эффективность кампании по отдельным каналам коммуникации. Выявление и оценка рисков в кампании. Матрица анализа рисков и матрица реагирования на риск. Мониторинг выполнения работ. Показатели выполнения работ.	37	4	0	0	33
Итого				324	28	10	18	268

### 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	Понятие о коммуникационной кампании. Основные типы и виды коммуникационных кампаний.	Что такое коммуникационная кампания? Разновидности, признаки, классификация и особенности. Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Классификация PR-проектов по типам информационных субъектов.	3
2	2.1	Структура коммуникационной кампании. Идея, концепция, стратегия и результативность коммуникационной кампании.	Сущность понятий «стратегия» и «тактика». Бизнес, маркетинговая и коммуникационная стратегии. Стратегическое планирование.	2

	2.1	Структура коммуникационной кампании. Идея, концепция, стратегия и результативность коммуникационной кампании.	Этапы коммуникационной кампании. От стратегии коммуникационной кампании к ее воплощению: концепция – идея - воплощение.	2
3	3.1	Основные этапы организации и проведения PR-кампаний. Планирование и бюджетирование	Аналитический этап коммуникационной кампании, технологии и правила формирования целей. Место и роль постановки цели и задач в коммуникационной кампании. Описание конечных результатов. Состав работ, их продолжительность, логическая взаимосвязь. Процессы кампании.	3
4	4.1	Определение целевых аудиторий. Основные технологии проведения PR-кампаний. Медиа аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	Анализ аудитории, основные критерии определения целевых групп общественности. Методы изучения целевой аудитории. Принципы выбора каналов коммуникаций. Основные технологии PR- кампаний. Технологии рекламно-информационного воздействия при проведении коммуникационных кампаний. Использование СМИ в рамках коммуникационной кампании: типология, особенности	4
5	5.1	Антикризисные, мотивационные, политические кампании.	Типология PR-кампаний. Антикризисные, мотивационные, политические кампании. Псевдособытие: определение, сущность, преимущества и недостатки. Общее и различное в проведении рекламных и коммуникационных PR-кампаний. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.	3
6	6.1	Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях.	Мероприятие как инфоповод в коммуникационной кампании. Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.	4

		PR-кампании в рамках развития бренда.	Алгоритм подготовки и проведения мероприятия. PR-инструменты для повышения эффективности мероприятия. Специальные оригинальные мероприятия. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах. Презентации, выставки и экспозиции.	
7	7.1	Мероприятия как форма коммуникации. Классификация мероприятий. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия.	Основные типы мероприятий, особенности и различия в их организации. Классификация мероприятий. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации. Управление ресурсами. Характеристика используемых ресурсов (денежных и материальных). Распределение ресурсов между работами. Бюджетирование мероприятий.	3
8	8.1	Оценка эффективности коммуникационной кампании. Влияние PR-кампаний на имидж, репутацию и развитие организации.	Основные методы оценки эффективности коммуникационной кампании. Эффективность кампании по отдельным каналам коммуникации. Выявление и оценка рисков в кампании. Матрица анализа рисков и матрица реагирования на риск. Мониторинг выполнения работ. Показатели выполнения работ.	4

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
3	3.1	Основные этапы организации и проведения PR-кампаний. Планирование и бюджетирование	Аналитический этап коммуникационной кампании, технологии и правила формирования целей. Место и роль постановки цели и задач в коммуникационной	3
4	4.1	Определение целевых аудиторий.	Сегментация целевых аудиторий. Изучение технологии проведения PR-кампаний: структура, этапы,	2

		Основные технологии проведения PR-кампаний. Медиа аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	бюджетирование.	
5	5.1	Антикризисные, мотивационные, политические кампании.	Типология PR-кампаний. Антикризисные, мотивационные, политические кампании. Псевдособытие: определение, сущность, преимущества и недостатки. Общее и различное в проведении рекламных и коммуникационных PR-кампаний. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.	3
6	6.1	Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.	Мероприятие как инфоповод в коммуникационной кампании. Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия. PR-инструменты для повышения эффективности мероприятия. Специальные оригинальные мероприятия. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах. Презентации, выставки и экспозиции.	2
8				

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
3	3.1	Основные этапы организации и проведения PR-кампаний. Планирование и бюджетирование	Аналитический этап коммуникационной кампании, технологии и правила формирования целей. Место и роль постановки	4

4	4.1	<p>Определение целевых аудиторий. Основные технологии проведения PR-кампаний. Медиа аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.</p>	<p>Анализ аудитории, основные критерии определения целевых групп общественности. Методы изучения целевой аудитории. Принципы выбора каналов коммуникаций. Основные технологии PR- кампаний. Технологии рекламно-информационного воздействия при проведении коммуникационных кампаний. Использование СМИ в рамках коммуникационной кампании: типология, особенности</p>	4
5	5.1	<p>Антикризисные, мотивационные, политические кампании.</p>	<p>Анализ региональных, федеральных кейсов политических кампаний. Изучение опыта проведения антикризисных кампаний.</p>	2
	5.1	<p>Антикризисные, мотивационные, политические кампании.</p>	<p>Мотивационные кампании: опыт успешных практик.</p>	2
6	6.1	<p>Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.</p>	<p>Мероприятие как инфоповод в коммуникационной кампании. Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия. PR-инструменты для повышения эффективности мероприятия. Специальные оригинальные мероприятия. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах. Презентации, выставки и экспозиции.</p>	4
7	7.1	<p>Мероприятия как форма коммуникаций. Классификация мероприятий. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия.</p>	<p>Основные типы мероприятий, особенности и различия в их организации. Классификация мероприятий. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации. Управление ресурсами. Характеристика используемых ресурсов (денежных и материальных). Распределение ресурсов между работами. Бюджетирование мероприятий.</p>	2

### 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	Понятие о коммуникационной кампании. Основные типы и виды коммуникационных кампаний.	Творческое задание.	34
2	2.1	Структура коммуникационной кампании. Идея, концепция, стратегия и результативность коммуникационной кампании.	Разработка собственного проекта. Защита проекта.	33
3	3.1	Основные этапы организации и проведения PR-кампаний. Планирование и бюджетирование	Анализ кейсов.	34
4	4.1	Определение целевых аудиторий. Основные технологии проведения PR-кампаний. Медиа аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	Творческое задание. Эссе.	34
5	5.1	Антикризисные, мотивационные, политические кампании.	Подбор успешных кейсов. Презентация, защита.	33
6	6.1	Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.	Конспект по заданной теме.	14
	6.1	Маркетинговые мероприятия в	Творческое задание.	19

		коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.		
7	7.1	Мероприятия как форма коммуникаций. Классификация мероприятий. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия.	Конспект, творческое задание.	34
8	8.1	Оценка эффективности коммуникационной кампании. Влияние PR-кампаний на имидж, репутацию и развитие организации.	Анализ двух негативных и двух положительных кейсов.	33

#### **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. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика : учеб. пособие / Данилина Варвара Викторовна [и др.]; под ред. Л.В. Минаевой. - Москва : Аспект Пресс, 2008. - 288 с. - ISBN 978-5-7567-0422-8 : 311-52.

##### **5.1.2. Издания из ЭБС**

1. 1. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков; Чумиков А.Н. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - ISBN 978-5-7567-0749-6. 2. Связи с общественностью [Текст] : : учебное пособие для вузов / Ф. С. Эркенова [и др.]; [С. А. Шомова и др.]; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 198 с. : ил. - Авт. указаны на обороте тит. л. - Библиогр.: с. 197-198. - ISBN 978-5-7567-0598-0. 3. Вирен, Георгий Валентинович. Современные медиа / Вирен Георгий Валентинович; Георгий Вирен. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 125, [1] с. ; 22. - Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению

подготовки ВПО 030600 «Журналистика» и специальности 030601 «Журналистика» для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 «Журналистика» для ФГОС. - На 4-й с. обл. авт.: Вирен Г.В., засл. работник культуры Рос. Федерации, к.филол.н., проф. - Библиогр. в конце кн. и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-7567-0701-4. 4. 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. - 300. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00.

## **5.2. Дополнительная литература**

### **5.2.1. Печатные издания**

1. 1. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / под ред. А.П. Ситникова и др. - Москва : ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2002. - 310 с. - (Современные консалтинговые технологии). - ISBN 5-94369-008-5. - ISBN 5-16-000929-9 : 230-00.

### **5.2.2. Издания из ЭБС**

1. 1. Чумиков, А. Н. Переговоры - фасилитация - медиация: Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков; Чумиков А.Н. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - ISBN 978-5-7567-0738-0. 2. Сальникова, Л. С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов / Л. С. Сальникова; Сальникова Л.С. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - ISBN 978-5-7567-0766-3. 3. Правовые и этические нормы в журналистике. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - ISBN 978-5-7567-0648-2. 4. 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.

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

Название	Ссылка
ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121.	<a href="http://www.trmost.ru/lib-main.shtml?all_books">http://www.trmost.ru/lib-main.shtml?all_books</a>
ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28.	<a href="http://www.e.lanbook.ru/">http://www.e.lanbook.ru/</a>
ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27.	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12.	<a href="http://www.studentlibrary.ru/">http://www.studentlibrary.ru/</a>
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; Договор № 204-11/15/223/16-7	<a href="http://www.biblioclub.ru/">http://www.biblioclub.ru/</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) 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, закреплённой 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)	
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.

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 игры, 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.

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.