

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.ДВ.04.02 Технология воздействия на массовое сознание
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 2024)
Форма обучения: Заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование психологической культуры копирайтера и PR-специалиста, освоение технологий воздействия и взаимодействия в массовой коммуникации

Задачи изучения дисциплины:

Усвоение знаний, связанных с психологическими механизмами и технологиями воздействия и взаимодействия в массовой коммуникации

Освоение методик создания различного типа эффективного медиатекста

Формирование уважения к профессиональным правилам техники информационно-психологической безопасности (в работе с аудиторией, в профессиональной деятельности в стрессогенных условиях современных массмедиа)

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Вариативная часть, формируемая участниками образовательных отношений Дисциплина по выбору. Данный курс является частью психологического блока подготовки специалиста по рекламе и связям с общественностью. Идет после освоения соответствующих компетенций в рамках курса «Психология». Предваряет и углубляет изучение таких дисциплин как «Креативные технологии в связях с общественностью и брендинге», «Психология массовой коммуникации», «Психологические основы PR-деятельности».

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 10	Всего часов
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	20	20
Лекционные (ЛК)	10	10
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	10	10
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	88	88
Форма промежуточной аттестации в семестре	Дифференцированный зачет	0

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		
--	--	--

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-4	ОПК-4.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<p>Знать: Знать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь: Уметь учитывать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть: Владеть эффективными технологиями взаимодействия с целевой аудиторией, учитывая её основные характеристики</p>
ОПК-7	ОПК – 7.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»). Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с	<p>Знать: Знать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и технологии профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: Уметь осуществлять поиск корректных, психологически</p>

	<p>принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.</p>	<p>безопасных технологий профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: Технологиями воздействия и взаимодействия в соответствии с принципами социальной ответственности и нормами, принятыми профессиональным сообществом</p>
ПК-1	<p>ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знать: Знать особенности и специфику психологии массовой коммуникации в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью</p> <p>Уметь: Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью с целью достижения максимальной эффективности массовой коммуникации</p> <p>Владеть: Владеть психологическими механизмами и технологиями подготовки текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта</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	Основы медиа	Рекламный и PR-текст	54	5	5	0	44

		воздействия	как средство психологического воздействия на целевую аудиторию. Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия. Факторы интереса современной аудитории. Психологические механизмы воздействия/ взаимодействия.					
2	2.1	Методы социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	Формирующий и манипулятивные методы воздействия: теория вопроса Технологии воздействия и взаимодействия в массовой коммуникации. Проблема психологической безопасности.	54	5	5	0	44
Итого				108	10	10	0	88

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	Рекламный и PR-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию.	Психология медиатекста: создание и восприятие. Психологическая культура специалиста по СО и рекламе: понятие и структура. Место и значение психологии творчества и влияния на аудиторию в профессиональной деятельности. Профессиональная самореализация. Психология создания текстов. Влияние типа мышления на программирование и создание медиатекста. Способы отражения действительности и формирования картины мира. Психологическая	2

			типология медиатекста. Психотипы читателя, слушателя, зрителя.	
	1.1	Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия.	Факторы формирования интереса аудитории. Интерес как базисное психологическое понятие в медиаторчестве. Индикаторы интереса. Классификация интересов (по масштабу охвата аудитории, по содержанию). Мышление и эмоции потребителя: рациональное и эмоциональное восприятие рекламы. «Хочу» и «Надо» как стратегия эффективной рекламы. Восприятие в контексте диалога с массовой аудиторией. Внимание, типы внимания потребителя СМИ. Характеристика потребностей целевой аудитории.	1
	1.1	Факторы интереса современной аудитории. Психологические механизмы воздействия/взаимодействия.	Массовое сознание: определение, структура, субъекты и носители массового сознания. Аксиологическая и психологическая характеристика массового человека. Понятие эффективности воздействия. Экономическая и психологическая эффективность. Типология эффективности. Эффекты воздействия. Барьеры воздействия. Факторы воздействия: внутренние и внешние.	2
2	2.1	Формирующие и манипулятивные методы воздействия: теория вопроса	Методы воздействия и взаимодействия. Методы социально-психологического воздействия на аудиторию: подражание, внушение, заражение, убеждение. Манипуляция: сущность, черты и свойства. Вербальные и невербальные системы общения в массовой коммуникации.	2
	2.1	Технологии воздействия и взаимодействия в массовой коммуникации.	Особенности актуализации интересов и потребностей целевой аудитории: приёмы, психологические механизмы. Сторителлинг как эффективная технология взаимодействия с аудиторией. Использование архетипов в медиатексте.	2

	2.1	Проблема психологической безопасности.	Социально-психологические проблемы современной отечественной массовой коммуникации. Проблемы психологической экспертизы рекламы. Методика и виды психологического анализа текста.	1
--	-----	--	---	---

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Рекламный и PR-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию.	Инструментарий воздействия в медиатексте как проявление творческого потенциала языковой личности. Креатив в рекламе: специфика разных каналов коммуникации. Развитие креативных технологий в рекламе. Особенности формирования рекламного образа. Мышление образами с участием образов зрительной памяти и воображения, ассоциации.	2
	1.1	Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия.	Внимание в рекламе: конкуренция на рекламном рынке, способы привлечения внимания, характеристики внимания, «айстоперы», проблема избыточности привлечения внимания. Организация запоминания рекламной информации. Особенности актуализации интересов и потребностей целевой аудитории: приёмы, психологические механизмы. Психологические аспекты совершения покупок: выбор, принятие решения. Рекламная деятельность как диалог. Ощущение и восприятие рекламной продукции: оптимальная сила слуховых и зрительных раздражителей, целостность восприятия рекламы.	1
	1.1	Факторы интереса современной аудитории. Пс	Психологические типы потребителей. Типология эффективности. Эффекты воздействия. Барьеры воздействия.	2

		психологические механизмы воздействия/взаимодействия.		
2	2.1	Формирующий и манипулятивные методы воздействия: теория вопроса	Задачи и функции креативных технологий в рекламе и PR-коммуникации. Методы социально-психологического воздействия на аудиторию: подражание, внушение, заражение, убеждение. Логосфера, эйдосфера: технологии воздействия и взаимодействия	1
	2.1	Технологии воздействия и взаимодействия в массовой коммуникации.	Психологические аспекты совершения покупок: выбор, принятие решения. Игра как основной фактор интереса в рекламном дискурсе: философия, психология, технология. Технология скрытой рекламы: психология воздействия. Сторителлинг как эффективная технология взаимодействия с аудиторией. Использование архетипов в медиатексте.	2
	2.1	Проблема психологической безопасности.	Социально-психологические проблемы современной отечественной массовой коммуникации. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации Психологический анализ рекламного и PR-текста	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	Рекламный и PR-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию. Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия. Факторы интереса современной аудитории. Психологические механизмы воздействия/взаимодействия.	Обобщающая таблица. Творческие задания. Медиапрезентация-доклад. Эссе-рецензия. Проект/участие в проектной мастерской	44
2	2.1	Формирующий и манипулятивные методы воздействия: теория вопроса Технологии воздействия и взаимодействия в массовой коммуникации. Проблема психологической безопасности.	Обобщающая таблица. Творческие задания. Медиапрезентация-доклад. Эссе-рецензия. Кейс-задача. Психологический анализ текста.	44

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. Ерофеева, И. В. Технологии медиатекста : учебное пособие / И. В. Ерофеева, О. В. Сафронова, В. А. Тихомиров ; под редакцией И. В. Ерофеевой. — Чита : ЗабГУ, 2019.
2. Чалдини, Р. Психология влияния [Текст] / Р. Чалдини. - 5-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2016. - 336 с. : ил. - (Мастера психологии). - ISBN 978-5-496-01033-7 : 564-00.
3. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : Учебник для бакалавров / Виноградова Светлана Михайловна; Виноградова С.М., Мельник Г.С. - М. : Издательство Юрайт, 2017.

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. 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>
3. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14000-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489385>
4. Гольдман, И. Л. Психология массовых коммуникаций : учебно-методическое пособие / И. Л. Гольдман. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2013. — 68 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180349> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Самарцев, О. Р. Технология и психология интервью : учебное пособие / О. Р. Самарцев. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 56 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/166088> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Мандель, Борис Рувимович. PR:методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Мандель Борис Рувимович. - Москва : Вузовский учебник, 2009. - 205 с. - ISBN 978-5-9558-0094-3 : 425-00.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489012> (дата обращения: 25.01.2022).
2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509167>
3. Сальникова, Л. С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии : учебник для вузов / Л. С. Сальникова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14592-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488936>
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. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495400>

6. 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.

7. 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.

8. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08175-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492898>

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

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

6. Перечень программного обеспечения

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

Программное обеспечение специального назначения:

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 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.