

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет  
Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Историко-филологический  
факультет

Евгений Викторович  
Дроботушенко

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.01.06 Креативные технологии в связях с общественностью и брендинге  
на 252 часа(ов), 7 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

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

Профиль – Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах  
(для набора 2024)  
Форма обучения: Заочная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

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

Задачи изучения дисциплины:

Рассмотреть особенности творческого мышления.

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

Познакомить с основными психологическими механизмами и технологиями творческого процесса в деятельности специалиста по связям с общественностью и копирайтера.

Развитие гибкости, оригинальности, разносторонности, критичности, конкретности, вариативности мышления при одновременном осознании влияния национальных стереотипов на процесс и результат творчества.

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

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

Закрепить теоретические знания практическими навыками.

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

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

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

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

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

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

Лекционные (ЛК)	4	4	8
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	0	0
Лабораторные (ЛР)	6	8	14
Самостоятельная работа студентов (СРС)	98	96	194
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)			

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

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-1	ОПК – 1. 2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: Специфику подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем  Уметь: Осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и

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

		связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-1	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>Знать: Особенности авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику медиатекста</p> <p>Уметь: Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с целью достижения максимальной эффективности</p> <p>Владеть: Технологиями подготовки рекламы для печатных и электронных средств массовой информации с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>
ПК-6	ПК-6.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	<p>Знать: Основные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи</p> <p>Уметь: Планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта, работать с</p>

		<p>разными целевыми группами</p> <p>Владеть: Технологиями планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения маркетинговых исследований</p>
--	--	--

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

##### 3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Структура и специфика творческого процесса	<p>Психология творчества. Творчество как феноменальное свойство личности. Творческое мышление: понятие, характеристика. Особенности творческого мышления. Условия активизации творческого мышления. Мотивация творчества. Креативная среда как фундамент творчества.</p>	36	2	0	2	32
2	2.1	Разновидности и в творческой деятельности в PR и рекламе	<p>Теория креократии. Креативность и эффективность. Отличие креативности от творчества. Понятие креатива и креативной технологии в PR и</p>	36	1	0	2	33

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

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

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

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

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Структура и специфика творческого процесса	Психология творчества. Творчество как феноменальное свойство личности. Творческое мышление: понятие, характеристика. Особенности творческого мышления. Структура творческого процесса: завязка, инкубация, инсайт, кульминация, развязка. Правила культуры умственной деятельности. Возможные технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности. Условия активизации творческого мышления. Мотивация творчества. Креативная среда как фундамент творчества.	2
2	2.1	Разновидност и творческой деятельности в ПР и	Теория креократии. Креативность и эффективность. Отличие креативности от творчества. Понятие креатива и креативной технологии в	1



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

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

--	--	--	--	--

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

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

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

	творческих способностей	невербального креатива: методики, подходы
--	-------------------------	---

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

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности.	Доклады - Медиапрезентация. Эссе-рецензия: книги о творчестве.	32
2	2.1	Разработка PR-идеи и бренда: региональный контекст	Экскурсия в рекламные агентства региона (творческий отчет).	33
3	3.1	Пирамида потребностей А. Маслоу и реклама.	План-конспект. Решение ситуационной задачи: Концепция рекламного текста, ориентированного на различную целевую аудиторию: молодежь, пенсионеры.	33
4	4.1	Факторы интереса современной аудитории	Творческое задание: сегментация целевой аудитории. Работа с карточками.	24
5	5.1	Игровые технологии в рекламе и ПР.	Составление картотеки. Выполнение творческих заданий, заполнение творческого дневника	24
6	6.1	Ценности и корпоративная культура креативной команды.: региональный контекст	Портфолио	24
7	7.1	Диагностика творческих способностей: подходы и типология	Тестирование	24

### 4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам

освоения дисциплины представлен в приложении.

### [Фонд оценочных средств](#)

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

### **5.1. Основная литература**

#### **5.1.1. Печатные издания**

1. 1. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - Чита : ЗабГУ, 2014. - 168 с. : ил. - ISBN 978-5-9293-1094-2 : 120-00. 2. Калошина, Инна Павловна. Психология творческой деятельности : учеб. пособие / Калошина Инна Павловна. - 3-е изд., доп. - Москва : Юнити, 2008. - 655с. - (Педагогическая школа. XXI век). - ISBN 978-5-238-01430-2 : 610-00.

#### **5.1.2. Издания из ЭБС**

1. 1. Жильцова, Ольга Николаевна. Рекламная деятельность : Учебник и практикум / Жильцова Ольга Николаевна; Жильцова О.Н., Синяева И.М., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 233. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-9889-4 : 76.99. 2. Евгеньева, Татьяна Васильевна. Психология массовой политической коммуникации : Учебник и практикум / Евгеньева Татьяна Васильевна; Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 299. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00. 3. Гуревич, Павел Семенович. Социология и психология рекламы : Учебное пособие / Гуревич Павел Семенович; Гуревич П.С. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 462. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-02457-9 : 171.99. 4. Петрушин, Валентин Иванович. Развитие творческих способностей : Учебное пособие / Петрушин Валентин Иванович; Петрушин В.И. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 221. - (Образовательный процесс). - ISBN 978-5-534-04905-3 : 1000.00.

### **5.2. Дополнительная литература**

#### **5.2.1. Печатные издания**

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

#### **5.2.2. Издания из ЭБС**

1. 1. Коноваленко, Марина Юрьевна. Психология рекламы и пр : Учебник / Коноваленко Марина Юрьевна; Коноваленко М.Ю., Ясин М.И. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 391. -

(Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00765-7 : 147.42. 2. Селезнева, Лариса Васильевна. Подготовка рекламного и рг-текста : Учебное 18 пособие / Селезнева Лариса Васильевна; Селезнева Л.В. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 159. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-04084-5 : 55.69. 3. Синяева, Инга Михайловна. Реклама и связи с общественностью : Учебник для бакалавров / Синяева Инга Михайловна; Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 552. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978- 5-9916-3181-5 : 162.16.

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

Название	Ссылка
ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121.	<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 «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, АБВУУ FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

- 1) Corel Draw

### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

## 8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Общие методические рекомендации по изучению дисциплины

Практика преподавания дисциплины демонстрирует тот факт, что, несмотря на доступность необходимой информации по дисциплине (наличие учебников, учебных и учебно-методических пособий и печатном виде, в ЭБС, возможность получения информации из ресурсов сети интернет и т.д.), серьезные затруднения у студентов вызывают анализ, синтез, систематизация материала, а также выделение в нем принципиальных и существенных аспектов, отвечающим современным научным концепциям и подходам. 19

В связи с этим основным источником теоретического материала по дисциплине выступают лекции, посещение которых является обязательной составляющей успешного освоения дисциплины.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех лекционных и практических занятий, способствующее системному овладению материалом курса;
- все вопросы соответствующих разделов и тем по дисциплине необходимо фиксировать (на любых носителях информации);
- обязательное выполнение домашних заданий является важнейшим требованием и условием формирования целостного и системного знания по дисциплине;
- обязательность личной активности каждого студента на всех занятиях по дисциплине;
- в случаях неясности каких-либо вопросов, обсуждаемых на занятиях, необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю, а не оставлять их непонятыми;
- в случаях пропусков занятий по уважительным причинам студентам предоставляется право подготовки и представления заданий и ответов на вопросы изученного материала, с расчетом на помощь преподавателя в его усвоении;
- в случаях пропусков без уважительной причины студент обязан самостоятельно изучить соответствующий материал;
- необходимым условием является самостоятельность и инициативность студентов при контроле набора баллов по дисциплине для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- самостоятельный поиск, обработку (анализ, синтез, обобщение и систематизацию), адаптацию необходимой по дисциплине информации;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение и усвоение теоретического материала, представленного на лекционных занятиях и в соответствующих литературных источниках (рекомендуемая основная и дополнительная литература);
- самостоятельное изучение отдельных вопросов курса;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в соответствии с рекомендациями преподавателя (выполнение конкретных заданий, соответствующие организационные действия и т.д.).

Как правило, организация самостоятельной работы предполагает:

- постановку цели;
- составление соответствующего плана;

- поиск, обработку информации;
- представление результатов работы.

Методические рекомендации по отдельным видам учебно-познавательной деятельности студентов

Методические рекомендации при подготовке к практическим занятиям

Для повышения эффективности проведения практических занятий необходимо учитывать все рекомендации по подготовке к ним, которые даются преподавателем в начале каждого модуля (формулируются соответствующие задания, проблемноориентированные вопросы, представляются рекомендации по методике организации

различных форм проведения занятий и т.д.). Определенные формы и методы работы на занятиях требуют предварительной самостоятельной подготовки студентов (например, внутригрупповая и межгрупповая дискуссии, ролевые игры, подготовка итогового семестрового проекта и т.д.). Поэтому необходимо фиксировать все рекомендации преподавателя по подготовке к занятиям.

Для эффективного освоения материала дисциплины в ходе практических занятий необходимо выполнение следующих требований:

- четко понимать цели предстоящих занятий (предварительно формулируются преподавателем):
- владеть навыками поиска, обработки, адаптации и презентации необходимого материала;
- уметь четко формулировать и отстаивать собственный взгляд на рассматриваемые проблемные вопросы, который необходимо подкреплять адекватной аргументацией;
- уметь выделять и формулировать противоречия по рассматриваемым проблемам, понимая их источники;
- владеть навыками публичного выступления (логично, ясно и лаконично излагать свои мысли; адекватно оценивать восприятие и понимание слушателями представляемого материала; отвечать на задаваемые вопросы; приводить адекватные и убедительные аргументы в защиту своей позиции и т.д.);
- уметь критически оценивать собственные знания, умения и навыки в динамике в сравнении с таковыми у других, с целью раскрытия дополнительных возможностей их развития;
- при подготовке к занятиям обязательно изучить рекомендуемую литературу;
- оценить различные точки зрения на проблемные вопросы нескольких исследователей, а не ограничиваться рассмотрением позиции одного автора;
- при формулировке собственной точки зрения предусмотреть убедительную ее аргументацию и возможность возникновения спорных ситуаций;
- владеть навыками работы в команде (при выполнении определенных заданий, предполагающих работу в микрогруппах, при проведении ролевых игр, дискуссий и т.д.).

Семинар – вид практических занятий, предусматривающий самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем с содержанием учебной дисциплины и последующим представлением и обсуждением результатов этого изучения (в различных формах). Семинары представляют собой своеобразный синтез теоретической подготовки студентов с практической. Основной дидактической целью семинаров выступает оптимальное сочетание лекционных занятий с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов.

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений (докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно

высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

Работа по подготовке индивидуальных сообщений и докладов предполагает достаточно длительную системную работу студента, а также в случае необходимости консультативную помощь преподавателя.

Работа должна быть тщательно продумана, спланирована и разделена на соответствующие этапы, каждый из которых требует целого ряда определенных умений и навыков:

- определение и формулировка темы сообщения или доклада (либо осмысление темы, сформулированной преподавателем в соответствующих случаях);
- составление плана с использованием анализа, синтеза, обобщения и логики построения изложения материала;
- определение источников информации;
- работа с источниками научной информации (подбор, анализ, обобщение, систематизация, адаптация и т.д.);
- формулировка основных обобщений и выводов по результатам анализа изученного материала.

Структура сообщения (доклада) может обоснованно варьировать, но в большинстве случаев она предполагает наличие следующих частей: вступления (обозначение актуальности и постановка проблемы), основной части (обзор различных точек зрения на проблему и ее решение), заключения (формулировка соответствующих обобщений, выводов, предположений и перспектив), а в соответствующих случаях – перечня используемых источников информации.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия выступает важнейшим средством активизации познавательной деятельности. Как метод активного обучения дискуссия может использоваться как в рамках традиционных (развернутая беседа, система докладов и рефератов), так и новых форм практических занятий (анализ конкретных ситуаций, ролевая 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.