

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 2021)
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	2	0	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	2	0	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	2	0	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	2	0	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	2	0	24
6	6.1	Креативный потенциал	Методы повышения уровня творческих	27	1	2	0	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	2	0	24
Итого				216	8	14	0	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)
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 творческих способностей	Диагностика вербального и невербального креатива: методики, подходы	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	Технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности.	Доклады - Медиапрезентация. Эссерецензия: 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.

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 пр-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.	http://www.trmost.ru/lib-main.shtml?all_books
ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28.	http://www.e.lanbook.ru/
ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27.	https://urait.ru/
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; Договор № 204-11/15/223/16-7	http://www.biblioclub.ru/

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, 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 игра, круглый стол и т.д.).

Выделяется особая форма семинарского занятия – семинар-дискуссия. Различают следующие разновидности семинара-дискуссии:

1. По объему охватываемого материала:

- фрагментарные дискуссии («мини-дискуссии») (предназначенные для обсуждения какого-то конкретного вопроса и занимающие, как правило, определенную часть занятия);
- развернутые дискуссии (посвященные изучению раздела (темы) в целом, охватывающие одно или несколько занятий);

2. По реальности существования участников:

- реальные (предполагающие общение с реальными участниками);
- воображаемые (предполагающие общение с воображаемым оппонентом (инсценировка спора)).

Организация дискуссии предполагает последовательность определенных этапов:

- подготовка дискуссии;
- проведение дискуссии;
- анализ итогов дискуссии.

Самым важным этапом при этом является подготовка к дискуссии, т.к. все последующие этапы определяются именно качеством предварительной подготовки.

Подготовка к дискуссии, как правило, включает следующие составляющие:

- определение темы дискуссии (тема может быть задана преподавателем, а также обсуждаться и выбираться в процессе изучения материала по критериям наличия противоречий, проблемно-ориентированного характера при высокой актуальности, научной и социальной значимости);

- определение предмета дискуссии (с тем, чтобы не потерять время на обсуждение второстепенных аспектов проблемы);
- определение задач дискуссии (для организации целенаправленности, разделения функций участников дискуссии, экономии времени).

Подготовка к дискуссии должна предполагать индивидуальные и групповые консультации, предназначенные для задания целенаправленности дискуссии, а также – для активизации самостоятельной работы студентов. При этом преподавателю необходимо избегать детального разъяснения содержания проблемы, т.к. в этом случае не о чем будет спорить, и дискуссия будет сорвана. Задача преподавателя должна состоять в ненавязчивой помощи участникам будущей дискуссии в определении наличия противоречивых точек зрения на рассматриваемую проблему, порекомендовав изучить первоисточники и дополнительную литературу.

Необходимо подчеркнуть особую важность тщательной подготовки к дискуссии самого преподавателя, выступающего в качестве модератора. Цель такой подготовки состоит не только в том, чтобы обрести уверенность при обсуждении научной проблемы, но и в том, чтобы составить ясное представление о качестве подготовки участников дискуссии.

Методические рекомендации по подготовке к выполнению проекта

Метод проектов – это способ достижения дидактических целей через детальную разработку проблемы, которая должна завершиться реальным практическим результатом, представленным тем или иным образом. Данный метод ориентирован на самостоятельную деятельность студентов, которой они занимаются в течение определенного отрезка времени (например, семестра).

Метод проектов предполагает определенную совокупность учебно-познавательных приемов, позволяющих решить ту или иную проблему в результате самостоятельных действий с обязательной презентацией этих результатов. Очевидно, что корректнее говорить не о методе проектов, а о соответствующей технологии, включающей в себя целый комплекс исследовательских, поисковых, проблемных методов, творческих по своей сути.

Требования к использованию метода проектов:

- включение проекта в учебный (учебно-воспитательный) процесс;
- наличие значимой в научном и социальном плане проблемы, требующей исследовательского поиска для ее решения;
- теоретическая, практическая, познавательная значимость предполагаемых результатов;
- самостоятельная деятельность студентов;
- структурирование содержательной части проекта (с выделением поэтапных результатов и распределением функций участников);
- определение методологии исследования (постановка проблемы, формулировка цели, гипотезы, задач, определение методов и т.д.);
- выделение и оценка необходимых условий для реализации проекта;
- наличие у участников грамотной письменной речи;
- оформление и представление результатов;
- анализ полученных результатов, подведение итогов, формулировка выводов.

Методика работы над проектом:

- выделение проблемы;
- постановка цели;
- формулировка темы;
- определение количества участников;

- определение и распределение функций (в соответствии с задачами);
- самостоятельная работа участников проекта в соответствии с задачами и функциями;
- промежуточные обсуждения результатов и заданий;
- оформление результатов проекта;
- презентация и защита проекта;
- обсуждение и анализ полученных результатов (с выделением сильных и слабых сторон проекта, успехов и ошибок);
- формулирование выводов.

Общие критерии оценки проекта:

- актуальность проблемы;
- новизна информации;
- полнота и глубина проникновения в проблему;
- качество представленного материала;
- привлечение знаний из различных научных областей;
- установление межпредметных связей;
- степень активность каждого участника проекта;
- коллективный характер принимаемых решений;
- характер взаимодействия в группе;
- умение аргументировать и делать выводы;
- культура речи;
- использование современных средств представления результатов проекта;
- эстетика оформления результатов проекта;
- умение отвечать на вопросы оппонентов.

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.