

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.О.04.05 Психологические основы рекламы и связей с общественностью
на 288 часа(ов), 8 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 2022)
Форма обучения: Заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

интегрированное изучение теории, методологии и практики рекламы и связей с общественностью в рамках различных психологических школ и направлений; усвоение студентами системы специальных знаний и способов творческой деятельности; выявление и активизация необходимых для профессиональной деятельности творческих способностей.

Задачи изучения дисциплины:

Ознакомить студентов с основными теориями и направлениями развития психологии творчества

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

Познакомить с основными психологическими механизмами и особенностями 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

Освоение креативных подходов и методов разработки рекламных материалов для различных носителей и форматов

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Модуль общепрофессиональной подготовки Отрабатывает компетенции, закрепленные в курсах психологического блока: Психология, Психология массовых коммуникаций, а также иных дисциплин: Социология, Социология массовых коммуникаций, Введение в профессию, Риторика массовых коммуникаций, Креативные технологии в связях с общественностью и брендинге и др.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 8 зачетных(ые) единиц(ы), 288 часов.

Виды занятий	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Всего часов
Общая трудоемкость				288
Аудиторные занятия, в т.ч.	10	10	10	30
Лекционные (ЛК)	4	4	4	12

Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6	6	18
Лабораторные (ЛР)	0	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	62	62	62	186
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Экзамен	Экзамен	72
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: Основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности основные характеристики целевой аудитории</p> <p>Уметь: учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании креативных текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть: способами создания креативных и востребованных текстов рекламы и связей с</p>

		общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом характеристики целевой аудитории
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 принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	<p>Знать: Цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: Осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом</p> <p>Владеть: Инструментарием создания креативной рекламы и иного коммуникационного продукта в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом</p>
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, психологическую специфику медиатекста</p> <p>Уметь: Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с целью достижения максимальной эффективности</p> <p>Владеть: Технологиями подготовки креативной рекламы и иного медиапродукта с учетом психологических особенностей создания и восприятия медиапродукта</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	Психология медиаторства.	Реклама и связи с общественностью как вид деятельности. Психология творчества специалиста по рекламе и связям с общественностью.	36	2	3	0	31
2	2.1	Психологическая культура ПР-специалиста и копирайтера.	Характеристика творческой личности автора медиатекста. Параметры креативности. Динамика становления творческих способностей.	36	2	3	0	31
3	3.1	Психология создания рекламного текста.	Структура и специфика творческого процесса в рекламе и связях с общественностью. Условия активизации творческого мышления. Диагностика творческих способностей	36	2	3	0	31
4	4.1	Креативные текстовые технологии в PR и рекламе.	Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Разработка креативных PR-идеи и бренда. Методы воздействия и взаимодействия в PR-тексте. Методы оценки эффективности рекламы.	36	2	3	0	31
5	5.1	Психологические технологии и проектирование в сфере	PR-технологии: понятие, виды, особенности. Характеристика PR-технологий. Виды	72	4	6	0	62

		«паблик рилейшнз».	имиджа и его формирование. Психология PR-взаимодействий со СМИ.					
Итого				216	12	18	0	186

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	Реклама и связи с общественностью как вид деятельности. Психология творчества специалиста по рекламе и связям с общественностью.	Проблема изучения рекламы и связей с общественностью в психологии. Реклама и связи с общественностью как вид деятельности. Психология творчества. Творческое мышление: понятие, характеристика. Структура и специфика творческого процесса. Реклама и связи с общественностью как творчество. Психологические аспекты деятельности копирайтера и специалиста по связям с общественностью	2
2	2.1	Характеристика творческой личности автора медиатекста. Параметры креативности. Динамика становления творческих способностей.	Характеристика автора медиатекста. Интенциональная экстраполяция: профессиональный штампы. Правила культуры умственной деятельности.	2
3	3.1	Структура и специфика творческого процесса в рекламе и связях с общественностью. Условия активизации творческого	Этапы творческого процесса. Проблема активизации творческого мышления. Методы диагностики творческих способностей	2

		мышления. Диагностика творческих способностей		
4	4.1	Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Разработка креативных PR-идеи и бренда. Методы воздействия и взаимодействия в PR-тексте. Методы оценки эффективности и рекламы.	Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Особенности психического отражения рекламной продукции. Факторы интереса современной аудитории. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	2
5	5.1	PR-технологии: понятие, виды, особенности. Характеристика PR-технологий. Виды имиджа и его формирование. Психология PR-взаимодействий со СМИ.	Понятие PR, отличие от рекламы. Понятие и виды PR-технологий, их психологическое обоснование. Принципы PR-технологий. Планирование и проведение PR-кампаний. Психологические основы PR-деятельности по формированию позитивного персонального имиджа, имиджа организации. Практические аспекты взаимодействия PR-специалистов и журналистов.	4

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Реклама и связи с общественностью как вид	Психология медиаторства. Реклама и связи с общественностью как творчество. Творческое мышление: понятие, характеристика.	3

		<p>деятельности. Психология творчества специалиста по рекламе и связям с общественностью.</p>	<p>Структура и специфика творческого процесса. Психологические аспекты деятельности копирайтера и специалиста по связям с общественностью</p>	
2	2.1	<p>Характеристика творческой личности автора медиатекста. Параметры креативности. Динамика становления творческих способностей.</p>	<p>Характеристика специалиста по рекламе и связям с общественностью. Гендерная характеристика личности. Возможные технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности. Воображение и интеллект, способы стимулирования воображения и внимания, контроль воображения.</p>	3
3	3.1	<p>Структура и специфика творческого процесса в рекламе и связях с общественностью. Условия активизации творческого мышления. Диагностика творческих способностей</p>	<p>Стимулы творчества. Мотивация творчества. Креативная среда как фундамент творчества. «Киллеры» продуктивного творчества: что мешает творческому процессу.</p>	3
4	4.1	<p>Понятие креатива и креативной технологии в PR и рекламе. Разработка креативных PR-идеи и бренда. Методы воздействия и взаимодействия в PR-тексте. Методы</p>	<p>Факторы интереса современной аудитории. Этнопсихологические особенности рекламы. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности и PR. Развитие креативных технологий в рекламе. Традиционные креативные технологии, их задачи и функции. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Методы оценки эффективности рекламы.</p>	3

		оценки эффективност и рекламы.		
5	5.1	<p> ПР-технологии: понятие, виды, особенности. Характеристика ПР-технологий. Виды имиджа и его формирование. Психология ПР-взаимодействий со СМИ. </p>	<p> Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Технологии построения имиджей. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Психология ПР-взаимодействий со СМИ. "Паблрилейшнз" и "средства массовой информации". Публичные коммуникации и связи с общественностью. Практические аспекты взаимодействия ПР-специалистов и журналистов. </p>	6

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	Психология творчества специалиста по рекламе и связям с общественностью.	Эссе-рецензия на рекомендуемую литературу. Составление обобщающей таблицы: виды деятельности специалиста по рекламе и ПР	31
2	2.1	Типы профессиональных идеологий. Возможные технологии активизации креативного мышления в профессиональной деятельности. Решение креативной задачи в ПР и	Творческие задания. Заполнение таблицы «Кто Я».	31

		рекламе		
3	3.1	Креативная среда как фундамент творчества. Диагностика творческих способностей	Проведение анкетирования и блиц-опроса: мотивация творчества копирайтера, катализаторы творческого процесса. Диагностика творческих способностей: вербальный и невербальный креатив. Творческие задания.	31
4	4.1	Решение креативной задачи в PR и рекламе. Методы воздействия и взаимодействия в PR-тексте. Факторы интереса целевой аудитории.	Таблица-схема: «Сходство и различие рекламных носителей». Проект: Разработка модели эффективной рекламы. Досье: "Креативные технологии в рекламе и PR"; «Технологии воздействия в СМИ». Ролевая игра: Оценка медиатекста с точки зрения восприятия аудитории.	31
5	5.1	PR-технологии: эффекты воздействия. Технология построения регионального бренда. Приемы взаимодействия PR-специалистов и журналистов	Психологический анализ медиатекста. Досье: Технологии убеждения и манипулирования. Творческое задание: Минисправочник "Бренды Забайкальского края". Медиapresентация: как пиарщикам общаться с журналистами	62

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. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью [Текст] : учебное пособие для вузов : [для бакалавров] / Чумиков Александр Николаевич; А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с. : ил. - (Учебник нового поколения). - Библиогр.: с. 159. - ISBN 978-5-7567-0717-5. доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866>
2. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста [Текст] : учеб. пособие. - 2-е изд., испр. и доп. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 297 с. - ISBN 978-5-9293-1509-1 : 197-00.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. 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. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472777>
3. 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).
4. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09048-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494895>
5. Андреева, А. А. Психология рекламы : учебно-методическое пособие / А. А. Андреева. — Тюмень : ТюмГУ, 2016. — 52 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/117861> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6. Мандель, Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика : учебное пособие / Б. Р. Мандель. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-9765-1633-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/115866> (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.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. 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.

2. Кутлалиев, Асхат. Эффективность рекламы / Кутлалиев Асхат, Попов Алексей. - Москва : Эксмо, 2006. - 416с. - (Профессиональные издания для бизнеса). - ISBN 5-699-10796-7 : 380-00.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496454>

2. 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>

3. 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> (дата обращения: 25.01.2022).

4. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488986> (дата обращения: 25.01.2022).

5. Нескрябина, О. Ф. Социально-психологический анализ медиасферы : учебное пособие / О. Ф. Нескрябина. — Красноярск : СФУ, 2019. — 164 с. — ISBN 978-5-7638-4073-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157610> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Новикова, Т. Е. Психология телерекламы : учебно-методическое пособие / Т. Е. Новикова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2016. — 16 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153229> (дата обращения: 27.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7. 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.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
ЭБС «Юрайт»	https://urait.ru/
ЭБС «Лань»	https://e.lanbook.com/
ЭБС «Консультант студента»	https://www.studentlibrary.ru/

Библиотека «ПСИ-ФАКТОРА	https://psyfactor.org/lybr.htm
Российская научная электронная библиотека eLibrary.Ru	https://elibrary.ru/
Учебники и учебные пособия АПСО (Ассоциация преподавателей по связям с общественностью)	http://apsolib.ru/uchebniki-i-uchebnye-posobiya/

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, закрепленной 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, 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.

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

занятиям.

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

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

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

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений (докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

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

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

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

материала.

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

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

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

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

1. По объему охватываемого материала:

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

2. По реальности существования участников:

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

Организация дискуссии предполагает последовательность определенных этапов:

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

Самым важным этапом при этом является подготовка к дискуссии, т.к. все последующие этапы определяются именно качеством предварительной подготовки. Подготовка к дискуссии, как правило, включает следующие составляющие:

- определение темы дискуссии (тема может быть задана преподавателем, а также обсуждаться и выбираться в процессе изучения материала по критериям наличия противоречий, проблемно-ориентированного характера при высокой актуальности, научной и социальной значимости);
- определение предмета дискуссии (с тем, чтобы не потерять время на обсуждение второстепенных аспектов проблемы);
- определение задач дискуссии (для организации целенаправленности, разделения функций участников дискуссии, экономии времени).

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

Необходимо подчеркнуть особую важность тщательной подготовки к дискуссии самого преподавателя, выступающего в качестве модератора. Цель такой подготовки состоит не

только в том, чтобы обрести уверенность при обсуждении научной проблемы, но и в том, чтобы составить ясное представление о качестве подготовки участников дискуссии.

Методические рекомендации по подготовке к выполнению проекта

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

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

Требования к использованию метода проектов:

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

Методика работы над проектом:

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

Общие критерии оценки проекта:

- актуальность проблемы;
- новизна информации;
- полнота и глубина проникновения в проблему;
- качество представленного материала;
- привлечение знаний из различных научных областей;
- установление межпредметных связей;
- степень активность каждого участника проекта;

- коллективный характер принимаемых решений;
- характер взаимодействия в группе;
- умение аргументировать и делать выводы;
- культура речи;
- использование современных средств представления результатов проекта;
- эстетика оформления результатов проекта;
- умение отвечать на вопросы оппонентов.

Важнейшим аспектом в реализации метода проектов является сотрудничество преподавателя и участников.

Разработчик/группа разработчиков:
Ирина Викторовна Ерофеева

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20__ г.