

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Социологический факультет

Кафедра Социальной работы

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лига М.Б.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.09.2.Рекламование

на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 39.03.02 – Социальная работа

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

Профиль – Социальная работа в различных сферах жизнедеятельности (для набора
2014, 2015)

Форма обучения очная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

изучение студентами природы рекламного информирования и воздействия, реального существования рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в жизни общества

Задачи изучения дисциплины:

- 1) получение комплекса знаний о месте рекламы в информационной индустрии и коммуникационном пространстве современного общества;
- 2) формирование представления о коммуникационном процессе как тесно связанного с развитием человеческой цивилизации, в частности со сменой основных социо-, политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями;
- 3) формирование понимания механизмов действия рекламы, совместимых с другими коммуникациями и отличных от них;
- 4) анализ взаимодействия СМК, рекламы и связей с общественностью как субъектов информационной политики

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Курс «Рекламоведение» преподается студентам, обучающимся по основной образовательной программе подготовки бакалавров по направлению 39.03.02 «Социальная работа». Он является составляющей частью дисциплин по выбору. Предметное содержание модуля тесно связано с такими учебными курсами как «Третий сектор - основа гражданского общества», «Социальная работа с молодёжью». Данный курс является логическим продолжением и углублением учебных курсов «Управление в социальной работе» и «Экономические основы социальной работы».

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	4 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	51	51
лекционные (ЛК)	0	0
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	51	51
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	21	21

Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	5 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	12	12
лекционные (ЛК)	0	0
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	10	10
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	62	62
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК-11	способность к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения

Знать	Пороговый: основные этапы становления рекламы; теоретические подходы к определению понятия «реклама»; функции рекламы; виды рекламы
	Стандартный: содержание основных теоретических концепций, сформировавшихся в процессе становления и развития рекламы как науки; основные каналы распространения рекламы; этапы рекламного процесса; механизмы воздействия рекламы на потребительское поведение личности
	Эталонный: теоретические медиа-концепции для эффективного их применения на практике понятие, основные этапы и технология процесса разработки рекламного сообщения; структуру и композицию рекламного обращения
Уметь	Пороговый: оперировать категориальным аппаратом теории маркетинга и смежных дисциплин; разрабатывать план рекламной деятельности
	Стандартный: разрабатывать рекламную стратегию; составлять медиа-план рекламной кампании
	Эталонный: уметь рассчитывать основные индексы и показатели медиа-планирования (рейтинг, охват, частота, кумулятивная частота и др.)
Владеть	Пороговый: основными понятиями, используемыми в рекламном бизнесе
	Стандартный: навыками самостоятельного анализа различных аспектов рекламы
	Эталонный: методами исследования для изучения актуальных социальных проблем, методами исследования для изучения эффективности рекламы и рекламной кампании

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Специфика рекламы как вида коммуникативной деятельности	14		10		4
2	2	История развития рекламы в России и за рубежом. История рекламоведения как науки	14		10		4
3	3	Инфраструктура рекламного рынка. Современные рекламные стратегии	15		10		5
4	4	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Атрибуция текстов массовой коммуникации	14		10		4
5	5	Интегрированные маркетинговые коммуникации. Роль рекламы в обществе	15		11		4
Итого			72	0	51	0	21

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Специфика рекламы как вида коммуникативной деятельности	15		2		13
2	2	История развития рекламы в России и за рубежом. История рекламоведения как науки	15		2		13
3	3	Инфраструктура рекламного рынка. Современные рекламные стратегии	14		2		12
4	4	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Атрибуция текстов массовой коммуникации	15		2		13
5	5	Интегрированные маркетинговые коммуникации. Роль рекламы в обществе	13		2		11
Итого			72	0	10	0	62

3.2. Лекционные занятия

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Специфика рекламы как вида коммуникативной деятельности
2	2	История развития рекламы в России и за рубежом. История рекламоведения как науки
3	3	Инфраструктура рекламного рынка. Современные рекламные стратегии
4	4	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Атрибуция текстов массовой коммуникации
5	5	Интегрированные маркетинговые коммуникации. Роль рекламы в обществе

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Специфика рекламы как вида коммуникативной деятельности
2	2	История развития рекламы в России и за рубежом. История рекламоведения как науки
3	3	Инфраструктура рекламного рынка. Современные рекламные стратегии
4	4	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Атрибуция текстов массовой коммуникации
5	5	Интегрированные маркетинговые коммуникации. Роль рекламы в обществе

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Рекламный текст как основная коммуникативная единица маркетинговых коммуникаций Методика поэтапного поуровневого структурно-семантического анализа рекламного текста	эссе по теме
2	2	История развития рекламы в России и за рубежом. История рекламоведения как науки	доклад
3	3	Инфраструктура рекламного рынка. Современные рекламные стратегии. Исследования в рекламе. Языковая игра и манипулирование в рекламе	контрольная работа
4	4	Рекламная кампания. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Атрибуция текстов массовой коммуникации	контрольная работа, спонсорский пакет
5	5	Интегрированные маркетинговые коммуникации. Роль рекламы в обществе	реферат

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Рекламный текст как основная коммуникативная единица маркетинговых коммуникаций Методика поэтапного поуровневого структурно-семантического анализа рекламного текста	эссе по теме
2	2	История развития рекламы в России и за рубежом. История рекламоведения как науки	доклад
3	3	Инфраструктура рекламного рынка. Современные рекламные стратегии. Исследования в рекламе. Языковая игра и манипулирование в рекламе	контрольная работа
4	4	Рекламная кампания. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Атрибуция текстов массовой коммуникации	контрольная работа, спонсорский пакет

5	5	Интегрированные маркетинговые коммуникации. Роль рекламы в обществе	реферат
---	---	--	---------

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	Просмотр и обсуждение видеофильмов	Технология объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения), технология проведения учебной дискуссии	3
2	2	Документальные интервью Коллективные решения творческих задач	Технология объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения), технология проблемного обучения, технология проведения учебной дискуссии	2
3	3	Лекция с заранее объявленными ошибками. Социальный проект	Технология группового проектного обучения	2
4	4	Интервью мнений Деловая игра	Технология объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения), технология проблемного обучения	2
5	5	Анализ конкретных ситуаций Моделирование производственных процессов и ситуаций	Технология объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения), технология проблемного обучения, технология проведения учебной дискуссии	2

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Васильев Г. А. Основы рекламы: учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. – 407 с.

2. Мазилкина Е. И. Основы рекламы: учеб. пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. – Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. – 240 с.
3. Лейн У.Р. Реклама / У. Р. Лейн, Д. Т. Рассел; пер. с англ. Т. Карасевич, И. Мармулева; под ред. В.Н. Домнина. – Санкт-Петербург; Москва: Питер, 2004. – 537 с

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Щепилова Г. Г. Реклама: учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 381 с.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Мудров А. Н. Основы рекламы: хрестоматия: учебник / А. Н. Мудров. – Москва: Магистр, 2010. – 301 с.
2. Пономарева А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности: учеб.-метод. пособие / А. м. Пономарева. – Москва: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. – 192 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. – Москва: Издательство Юрайт, 2017. – 391 с.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- 1 Сайт Министерства труда и социальной защиты населения Российской Федерации <https://www.rosmintrud.ru/>
- 2 Сайт Министерства труда и социальной защиты населения Забайкальского края <http://минсоц.зabayкальскийкрай.рф>
- 3 Сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru>
- 4 Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения <https://www.wciom.ru>
- 5 Сайт журнала «Социологические исследования» <http://www.isras.ru/socis.html>
- 6 Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
- 7 Мир словарей. Коллекция словарей и энциклопедий <http://www.sinncom.ru>
- 8 Рубрикон – энциклопедический портал. Раздел «Образование» <http://www.eidos.ru/journal/>
- 9 Сайт журнала «Отечественный журнал социальной работы» <http://www.lib.mgpu.ru>
- 10 Портал «Социальная работа» <http://www.Soc-work.ru>
- 11 Сайт союза социальных работников и социальных педагогов <http://www.ssopir.ru/>
- 12 Архив видео материалов по социальной работе <http://www.socialwork-archive.org/>

7. 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:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-422.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-419.

Компьютерный класс.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

ПК-30 шт. (в т.ч. преподавательский).

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

(для работы со студентами с ОВЗ по слуху)

Адаптированная рабочая программа в соответствии с особыми образовательными потребностями обучающихся предусматривает применение различных традиционных и специфических образовательных технологий, специального материально-технического, учебно-методического и информационного обеспечения по организации изучения дисциплины, соответствующие возможностям обучающихся.

Основными способами адаптации оценочных материалов являются:

Для лиц с нарушениями слуха:

~ в печатной форме;

~ в форме электронного документа.

Форма проведения промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). Промежуточная аттестация может предусматривать при необходимости предоставление студенту-инвалиду дополнительного времени для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ реализация образовательного процесса проводится с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья, путем соблюдения следующих общих требований:

– проведение учебных занятий, текущего контроля, государственной итоговой аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для всех обучающихся;

– присутствие в аудитории ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (прочитать и оформить задание, общаться с членами государственной экзаменационной комиссии);

– пользование необходимыми обучающимся техническими средствами на учебных занятиях, с учетом их индивидуальных особенностей;

Образовательные технологии

Технологии Цель Адаптированные методы

Проблемное обучение Развитие познавательной способности, активности, творческой самостоятельности обучающихся с ОВЗ Поисковые методы, постановка познавательных задач с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ОВЗ

Модульное обучение Гибкость обучения, его приспособление к индивидуальным потребностям обучающихся с ОВЗ Индивидуальные методы обучения: индивидуальный темп и график обучения с учетом уровня базовой подготовки обучающихся с ОВЗ

Социально-активное обучение Моделирование предметного и социального содержания учебной деятельности обучающихся с ОВЗ Методы социально-активного обучения, игровые методы с учетом социального опыта обучающихся с ОВЗ

Интерактивное обучение Интерактивное вовлечение обучающихся с ОВЗ и инвалидов в групповую деятельность образовательного процесса Интерактивные методы обучения,

вовлечение обучающихся с ОВЗ в различные виды деятельности, создание рефлексивных ситуаций по развитию адекватного восприятия собственных особенностей Самостоятельной работы Развитие самостоятельности, активности обучающихся с ОВЗ, формирование умений «учения через всю жизнь» Организация и определение видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала

Выбор форм самостоятельной работы с учетом индивидуальных психофизических особенностей (письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.)

Индивидуализированное обучение Реализация принципа индивидуализации, индивидуальной образовательной траектории Индивидуальные методы обучения: индивидуальный темп и график обучения с учетом уровня подготовки обучающихся с ОВЗ, дополнительные консультации по предметам, индивидуальная воспитательная работа

Все образовательные технологии применяются как с использованием универсальных, так и специальных информационных и коммуникационных средств, в зависимости от вида и характера ограниченных возможностей здоровья обучающихся.

Способы адаптации учебных материалов и особенности их использования.

Варианты адаптации задания могут быть разными и касаться разных его аспектов: формы задания, инструкции к заданию, его объема, уровня сложности, содержания.

При нарушениях слуха:

1) При организации образовательного процесса необходима особая фиксация на артикуляции выступающего, следует говорить громче и четче, подбирая подходящий уровень.

2) Процесс обучения требует использования дополнительных приемов для повышения эффективности запоминания материала.

3) Некоторые основные понятия изучаемого материала студентам с нарушенным слухом необходимо объяснять дополнительно. На занятиях требуется уделять повышенное внимание специальным профессиональным терминам, а также использованию профессиональной лексики. Для лучшего усвоения слабослышащими специальной терминологии необходимо каждый раз писать на доске используемые термины и контролировать их усвоение.

4) В процессе обучения рекомендуется использовать разнообразный наглядный материал. Сложные для понимания темы должны быть снабжены как можно большим количеством наглядного материала. Предъявляемая видеoinформация может сопровождаться текстовой бегущей строкой или сурдопереводом. Анимация может быть использована для изображения различных динамических моделей, не поддающихся видеозаписи. Анимация может сопровождаться гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения.

5) Создание текстовых средств учебного назначения для студентов с нарушенным слухом требует участия сурдопереводчика.

6) Применение поэтапной системы контроля, текущего и промежуточного, способствует непрерывной аттестации студентов.

7) Сочетание всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, дактилирования, зрительного восприятия с лица и с руки говорящего).

8) Студенты лучше воспринимают тот материал, который предъявлен в наиболее легко воспринимаемой форме. Для глухих, как правило, такой формой является жестовый язык. Для слабослышащих студентов эффективна практика опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с лекционным материалом и обращают внимание на незнакомые и непонятные слова и фрагменты.

9) Соблюдение слухоречевого режима на каждом занятии.

10) Использование информационных технологий, в том числе учебно-методических презентаций, контролирующих и контрольно-обучающих программ, которые проектируются по общей технологической схеме с использованием языка программирования Visual Basic for Application, средства подготовки презентаций PowerPoint и других составляющих пакета Microsoft Office.

11) С целью сокращения объема записей целесообразно использовать опорные конспекты, различные схемы, придающие упрощенный схематический вид изучаемым понятиям.

Написание эссе – это вид самостоятельной работы по написанию краткого, свободного прозаического сочинения, рассуждения небольшого объема со свободной композицией. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное мнение о чем-либо.

Эссе должно содержать четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Построение эссе – это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

Структура эссе

Введение – суть и обоснование выбора темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который необходимо найти ответ в ходе исследования.

Основная часть – теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность.

Заключение – обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения.

Создание презентации

1. Четко сформулировать цель презентации.
2. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
3. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
4. Определить виды визуализации для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
5. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
6. Проверить визуальное восприятие презентации.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст + слайды;
- слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;
- текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства;
- рекомендуемое число слайдов 10-15;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего.

Темы эссе выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Эссе должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и графической частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку.

Доклад – это научное сообщение о результатах проделанной работы. В ходе доклада необходимо показать, насколько хорошо автор знаком с фундаментальными трудами по избранной теме, продемонстрировать владение методологией исследования, показать, что результат исследования есть результат широкого обобщения. Доклад – это устное выступление, поэтому необходимо соблюдать определенные правила; тщательно отобрать факты и примеры, исключить из текста выступления все, не относящееся напрямую к теме; исключить все повторы; весь иллюстративный материал (графики, диаграммы, таблицы, схемы) должен быть подготовлен заранее; необходимо заранее проговорить вслух текст выступления, зафиксировав время и сделав поправку на волнение, которое неизбежно увеличивает время выступления перед аудиторией. Доклад должен хорошо восприниматься на слух, что предполагает: краткость, т.е. исключение из текста слов и словосочетаний, не несущих смысловую нагрузку; смысловую точность, т.е. отсутствие возможности двоякого толкования тех или иных фраз; отказ от неоправданного использования иностранных слов и сложных грамматических конструкций. В качестве основных критериев оценки студенческого доклада выступают: соответствие содержания заявленной теме; актуальность, новизна и значимость темы;

четкая постановка цели и задач исследования; аргументированность и логичность изложения; научная новизна и достоверность полученных результатов; свободное владение материалом; состав и количество используемых источников и литературы; культура речи, ораторское мастерство; выдержанность регламента.

Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая конспектирующему немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей. Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других.

Для того чтобы осуществлять этот вид работы, в каждом конкретном случае необходимо грамотно решить следующие задачи:

- сориентироваться в общей композиции текста (уметь определить вступление, основную часть, заключение).
- увидеть логико-смысловую канву сообщения, понять систему изложения автором информации в целом, а также ход развития каждой отдельной мысли.
- выявить «ключевые» мысли, т.е. основные смысловые вехи, на которые «нанизано» все содержание текста.
- определить детализирующую информацию.
- лаконично сформулировать основную информацию, не перенося на письмо все целиком и дословно.

Выделение главной мысли – одна из основ умственной культуры при работе с текстом. Во всяком научном тексте содержится информация 2-х видов: основная и вспомогательная. Основной является информация, имеющая наиболее существенное значение для раскрытия содержания темы или вопроса. К ней относятся: определения научных понятий, формулировки законов, теоретических принципов и т.д. Назначение вспомогательной информации – помочь читателю лучше усвоить предлагаемый материал. К этому типу информации относятся разного рода комментарии.

Основную необходимо записывать как можно полнее, вспомогательную, как правило, опускаем. Содержание конспектирования составляет переработка основной информации в целях ее обобщения и сокращения. Обобщить – значит представить ее в более общей, схематической форме, в виде тезисов, выводов, отдельных заголовков, изложения основных результатов и т.п. Читая, мы интуитивно используем некоторые слова и фразы в качестве опорных. Такие опорные слова и фразы называются ключевыми. Ключевые слова и фразы несут основную смысловую и эмоциональную нагрузку содержания текста. Выбор ключевых слов – это первый этап смыслового свертывания, смыслового сжатия материала.

Важными требованиями к конспекту являются наглядность и обозримость записей и такое их расположение, которое давало бы возможность уяснить логические связи и иерархию понятий.

По форме конспекты подразделяются на формализованные и графические.

1. Формализованные (все записи вносятся в заранее подготовленные таблицы). Это удобно, во-первых, при конспектировании материалов, когда перечень характеристик описываемых предметов или явлений более или менее постоянен, во-вторых, при подготовке единого конспекта по нескольким источникам. Особенно если есть необходимость сравнения отдельных данных. Разновидностью формализованного конспекта является запись, составленная в форме ответов на заранее подготовленные вопросы, обеспечивающие исчерпывающие характеристики однотипных предметов или явлений.

2. Графические (элементы конспектируемой работы располагаются в таком виде, при котором видна иерархия понятий и взаимосвязь между ними).

Можно выделить следующие основные типы конспектов: плановый, текстуальный, сводный, тематический.

Плановый – легко получить с помощью предварительно сделанного плана произведения, каждому вопросу плана отвечает определенная часть конспекта:

а) вопросно-ответный (на пункты плана, выраженные в вопросительной форме, конспект дает точные ответы);

б) схематичный плановый конспект (отражает логическую структуру и взаимосвязь отдельных положений).

Текстуальный – это конспект, созданный в основном из цитат.

Сводный конспект – сочетает выписки, цитаты, иногда тезисы; часть его текста может быть снабжена планом.

Тематический – дает более или менее исчерпывающий ответ (в зависимости из числа привлеченных источников и другого материала, например, своих же записей) на поставленный вопрос – тему: обзорный; хронологический.

Способы конспектирования.

Тезисы – это кратко сформулированные основные мысли, положения изучаемого материала. Тезисы лаконично выражают суть читаемого, дают возможность раскрыть содержание. Приступая к освоению записи в виде тезисов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает (если, конечно, это не библиотечная книга). Часто такой отбор облегчается шрифтовым выделением, сделанным в самом тексте.

Линейно-последовательная запись текста. При конспектировании линейно – последовательным способом целесообразно использование плакатно-оформительских средств, которые включают в себя следующие: сдвиг текста конспекта по горизонтали, по вертикали; выделение жирным (или другим) шрифтом особо значимых слов; использование различных цветов; подчеркивание; заключение в рамку главной информации.

Способ «вопросов - ответов». Он заключается в том, что, поделив страницу тетради пополам вертикальной чертой, конспектирующий в левой части страницы самостоятельно формулирует вопросы или проблемы, затронутые в данном тексте, а в правой части дает ответы на них. Одна из модификаций способа «вопросов - ответов» – таблица, где место вопроса занимает формулировка проблемы, поднятой автором (лектором), а место ответа - решение данной проблемы. Иногда в таблице могут появиться и дополнительные графы: например, «мое мнение» и т.п.

Схема с фрагментами – способ конспектирования, позволяющий ярче выявить структуру текста, – при этом фрагменты текста (опорные слова, словосочетания, пояснения всякого рода) в сочетании с графикой помогают созданию рационально - лаконичного конспекта.

Простая схема – способ конспектирования, близкий к схеме с фрагментами, объяснений к которой конспектирующий не пишет, но должен уметь давать их устно. Этот способ требует высокой квалификации конспектирующего. В противном случае такой конспект нельзя будет использовать.

Параллельный способ конспектирования. Конспект оформляется на двух листах параллельно или один лист делится вертикальной чертой пополам и записи делаются в правой и в левой части листа.

Однако лучше использовать разные способы конспектирования для записи одного и того же материала.

Комбинированный конспект – вершина овладения рациональным конспектированием. При этом умело используются все перечисленные способы, сочетая их в одном конспекте (один из видов конспекта свободно перетекает в другой в зависимости от конспектируемого текста, от желания и умения конспектирующего). Именно при комбинированном конспекте более всего проявляется уровень подготовки и индивидуальность студента.

В конце конспекта необходимо записать все выходные данные источника: автор, название, год и место издания. Если текст взят из периодического издания (газеты или журнала), то записать его название, год, месяц, номер, число, место издания, страницы.

Разработчик/группа разработчиков: Беломестнова Любовь Петровна, доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 30.08.2019 г. № 01)**

