

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

Дроботушенко Е.В.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.04.02.Технология воздействия на массовое сознание

на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 42.03.01 – Реклама и связи с
общественностью

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

Профиль – Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
(для набора 2020)

Форма обучения очная, очно-заочная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование психологической культуры копирайтера и PR-специалиста, освоение технологий воздействия на массовое сознание на различных уровнях межличностной и массовой профессиональной коммуникации.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение знаний, связанных с использованием инструментария вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной деятельности;
- освоение методик создания различного типа эффективного медиатекста;
- формирование уважения к профессиональным правилам техники информационно-психологической безопасности (в работе с аудиторией, в профессиональной деятельности в стрессогенных условиях современных массмедиа)

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Вариативная часть, формируемая участниками образовательных отношений Дисциплина по выбору В рамках курса отрабатываются компетенции, которые были рассмотрены в предваряющих данный курс дисциплинах: Риторика, Практическая стилистика, Язык современного медиатекста, Информационные жанры медиатекста, PR-текст в системе публичных коммуникаций и др.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	8 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	55	55
лекционные (ЛК)	22	22
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	33	33
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	53	53
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Очно-заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	8 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	55	55
лекционные (ЛК)	22	22
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	33	33
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	53	53
Форма промежуточной аттестации в семестре	Дифференцированный зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	10 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	20	20
лекционные (ЛК)	10	10
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	10	10
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	88	88
Форма промежуточной аттестации в семестре	Дифференцированный зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с

планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	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.	Знать: Цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. 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. Владеть: Средствами и приемами рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом
ПК – 1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: Особенности авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, специфику медиатекста Уметь: Создавать тексты рекламы и связей с общественностью с целью достижения максимальной эффективности Владеть: Технологиями подготовки рекламы для печатных и электронных средств массовой информации с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	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	Знать: 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 Уметь: Использовать 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 Владеть: Навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
--	--	---

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	

1		Рекламный и PR-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию	Психология создания медиатекстов. Влияние типа мышления автора на программирование и создание материала. Языковая личность медиатекста. Способы отражения действительности и формирование картины мира. Психологическая типология медиатекста. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ.	28	6	8		14
2		Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	Методы социально-психологического воздействия. Формирующий и манипулятивные способы воздействия в рекламе и PR	28	6	8		14
3		Вербальные и невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	Формы общения и особенности массовой коммуникации. Логосфера СМИ: содержание и технология. Невербальные системы общения в массовой коммуникации.	27	5	8		14
4		Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия	Массовое сознание: структура, субъекты и носители массового сознания. Специфика массового сознания. Психограмма масчеловека. Своеобразие картины мира масчеловека. Психотипы потребителя. Факторы формирования интереса аудитории.	25	5	9		11
Итого				108	22	33	0	53

3.1 Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия	СРС

					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1		Рекламный и PR-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию	Психология создания медиатекстов. Влияние типа мышления автора на программирование и создание материала. Языковая личность медиатекста. Способы отражения действительности и формирование картины мира. Психологическая типология медиатекста. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ.	27	4	8		15
2		Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	Методы социально-психологического воздействия. Формирующий и манипулятивные способы воздействия в рекламе и PR	27	4	8		15
3		Вербальные и невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	Формы общения и особенности массовой коммуникации. Логосфера СМИ: содержание и технология. Невербальные системы общения в массовой коммуникации.	27	4	8		15
4		Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия	Массовое сознание: структура, субъекты и носители массового сознания. Специфика массового сознания. Психограмма масчеловека. Своеобразие картины мира масчеловека. Психотипы потребителя. Факторы формирования интереса аудитории.	27	4	8		15
Итого				108	16	32	0	60

3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1		Рекламный и PR-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию	Психология создания медиатекстов. Влияние типа мышления автора на программирование и создание материала. Языковая личность медиатекста. Способы отражения действительности и формирование картины мира. Психологическая типология медиатекста. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ.	28	4	2		22
2		Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	Методы социально-психологического воздействия. Формирующий и манипулятивные способы воздействия в рекламе и PR	28	2	4		22
3		Вербальные и невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	Формы общения и особенности массовой коммуникации. Логосфера СМИ: содержание и технология. Невербальные системы общения в массовой коммуникации.	26	2	2		22
4		Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия	Массовое сознание: структура, субъекты и носители массового сознания. Специфика массового сознания. Психограмма масчеловека. Своеобразие картины мира масчеловека. Психотипы потребителя. Факторы формирования интереса аудитории.	26	2	2		22
Итого				108	10	10	0	88

3.4. Содержание разделов дисциплины

3.4.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-3ФО	ЗФО
1		Рекламный и ПР-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию	Психология создания медиатекстов. Влияние типа мышления автора на программирование и создание материала. Языковая личность медиатекста. Способы отражения действительности и формирование картины мира.	6	4	4
2		Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	Методы социально-психологического воздействия. Формирующий и манипулятивные способы воздействия в рекламе и ПР	6	4	2
3		Вербальные и невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	Формы общения и особенности массовой коммуникации. Логосфера СМИ: содержание и технология. Невербальные системы общения в массовой коммуникации.	5	4	2
4		Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия	Массовое сознание: структура, субъекты и носители массового сознания. Специфика массового сознания. Психограмма масчеловека.	5	4	2

3.4.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-3ФО	ЗФО
1		Рекламный и ПР-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию	Психологическая типология медиатекста. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ.	8	8	2

2		Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	Проектная мастерская: Методология творчества в работе копирайтера и специалиста по связям с общественностью	8	8	4
3		Вербальные и невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	Вербальные и невербальные системы общения в работе специалиста по связям с общественностью	8	8	2
4		Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия	Своеобразие картины мира масчеловека. Психотипы потребителя. Факторы формирования интереса аудитории.	9	8	2

3.4.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-3 ФО	ЗФО

3.6. Самостоятельная работа студентов

Модуль	Номер раздела	Содержание материала, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-3 ФО	ЗФО
1		Характеристика личности автора медиатекста. Критерии эффективной рекламы	Научное эссе или рецензия научных работ	14	15	22
2		Технологии манипулятивных и формирующих методов воздействия.	Психологический анализ медиатекста. Досье: «Технологии воздействия в медиатексте (тип текста на выбор)»	14	15	22
3		Формы общения в работе специалиста по СО и рекламе: межличностное и межгрупповое общения.	Составление библиографии по теме. Таблица: уровни общения	14	15	22
4		Этнопсихология и реклама: фактор интереса целевой аудитории России	План-конспект. Медиапрезентация. Решение ситуационной задачи.	11	15	22

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

Фонд оценочных средств

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - 2-е изд., испр. и доп. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 297 с. - ISBN 978-5-9293-1509-1 : 197-00.
2. Чалдини, Р. Психология влияния [Текст] / Р. Чалдини. - 5-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2016. - 336 с. : ил. - (Мастера психологии). - ISBN 978-5-496-01033-7 : 564-00.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : Учебник для бакалавров / Виноградова Светлана Михайловна; Виноградова С.М., Мельник Г.С. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 512. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3446-5 : 150.70.
2. 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.
3. 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. - 300. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00.
4. 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.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

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

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Коноваленко, 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 пособие / Селезнева Лариса Васильевна; Селезнева Л.В. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 159. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-04084-5 : 55.69.
3. Корягина, Наталья Александровна. Психология общения : Учебник и практикум / Корягина Наталья Александровна; Корягина Н.А., Антонова Н.В., Овсянникова С.В. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 440. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-03322-9 : 131.86.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121. www.trmost.ru

ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28. www.e.lanbook.ru
 ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27. www.biblio-online.ru
 ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12. www.studentlibrary.ru
 ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; Договор № 204-11/15/223/16-7
www.biblioclub.ru
 Словарь рекламных терминов и понятий <http://hr-portal.ru/article/slovar-terminov-po-reklame-marketingu-i-pr>
<http://grif-reklama.ru/about/dictionary>
 Электронная научная библиотека: реклама и связи с общественностью <http://apso.susu.ru/>

6. Перечень программного обеспечения

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

Программное обеспечение специального назначения:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для текущей аттестации	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по кафедре
Помещение для самостоятельной работы	

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.

Разработчик/группа разработчиков: Ерофеева Ирина Викторовна, зав. кафедрой

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2020 г. № 1)**

Согласована с выпускающей кафедрой

Заведующий кафедрой

« ____ » _____ 20 ____ г.