

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.01.10.Организация и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
на 360 часа(ов), 10 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:

Целью изучения дисциплины является обучение основным знаниям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах. Также в рамках изучения дисциплины студенты знакомятся с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных и PR-кампаний.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о целях и задачах коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами;
- обучить студентов основным правилам подготовки и проведения коммуникационных кампаний;
- ознакомить с видами PR-кампаний в коммерческом и некоммерческом секторах;
- дать практические рекомендации по проведению коммуникационных кампаний в сфере PR.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Вариативная часть, формируемая участниками образовательных отношений Модуль профессиональной подготовки

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 10 зачетных(ые) единиц(ы), 360 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам		Всего часов
	7 семестр	8 семестр	
Общая трудоемкость			360
Аудиторные занятия, в т.ч.	85	55	140
лекционные (ЛК)	34	22	56
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	33	33
лабораторные (ЛР)	51	0	51
Самостоятельная работа студентов (СРС)	95	53	148
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)	КР		

Очно-заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам		Всего часов
	7 семестр	8 семестр	
Общая трудоемкость			360
Аудиторные занятия, в т.ч.	34	48	82
лекционные (ЛК)	17	16	33
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	32	32
лабораторные (ЛР)	17	0	17
Самостоятельная работа студентов (СРС)	146	60	206
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)	КР		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам			Всего часов
	8 семестр	9 семестр	10 семестр	
Общая трудоемкость				360
Аудиторные занятия, в т.ч.	20	16	20	56
лекционные (ЛК)	10	8	10	28
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	10	0	0	10
лабораторные (ЛР)	0	8	10	18
Самостоятельная работа студентов (СРС)	88	56	88	232
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Зачет	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		КР		

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-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы	Знать: Совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Уметь: Осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы Владеть: Технологиями осуществления профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы

ПК-3. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать: Типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: Готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Владеть: Использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.
ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК – 5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знать: Основные маркетинговые инструменты и принципы создания мониторинга обратной связи Уметь: Планировать производство и (или) реализацию коммуникационного продукта, работать с разными целевыми группами Владеть: Навыками планирования производства и (или) реализации коммуникационного продукта, выполнения маркетинговых исследований, осуществления мониторинга

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		Понятие о коммуникационной кампании. Основные типы и виды коммуникационных кампаний.	Что такое коммуникационная кампания? Разновидности, признаки, классификация и особенности. Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Классификация PR-проектов по типам информационных субъектов.	35	7	4	6	18
2		Структура коммуникационной кампании. Идея, концепция, стратегия и результативность коммуникационной кампании.	Сущность понятий «стратегия» и «тактика». Бизнес, маркетинговая и коммуникационная стратегии. Стратегическое планирование. Этапы коммуникационной кампании. От стратегии коммуникационной кампании к ее воплощению: концепция – идея - воплощение.	36	7	4	6	19
3		Основные этапы организации и проведения PR-кампаний. Планирование и бюджетирование.	Аналитический этап коммуникационной кампании, технологии и правила формирования целей. Место и роль постановки цели и задач в коммуникационной кампании. Описание конечных результатов. Состав работ, их продолжительность, логическая взаимосвязь. Процессы кампании.	35	7	4	6	18

4		Определение целевых аудиторий. Основные технологии PR-кампаний. Медиа-аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	Анализ аудитории, основные критерии определения целевых групп общественности. Методы изучения целевой аудитории. Принципы выбора каналов коммуникаций. Основные технологии PR-кампаний. Технологии рекламно-информационного воздействия при проведении коммуникационных кампаний. Использование СМИ в рамках коммуникационной кампании: типология, особенности.	36	7	4	6	19
5		Антикризисные кампании. Мотивационные кампании. Политические кампании.	Типология PR-кампаний. Антикризисные кампании. Мотивационные кампании. Политические кампании. Псевдособытие: определение, сущность, преимущества и недостатки. Общее и различное в проведении рекламных, коммуникационных и PR-кампаний. Проведение PR-кампаний по RACE-формуле.	36	7	5	6	18

6		Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.	Мероприятие как информационный повод в коммуникационной кампании. Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия. PR-инструменты для повышения эффективности мероприятия. Специальные оригинальные мероприятия. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах. Презентации, выставки и экспозиции.	37	7	4	7	19
7		Мероприятие как форма коммуникаций. Классификация мероприятий. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия.	Основные типы мероприятий, особенности и различия в их организации. Классификация мероприятий. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации. Управление ресурсами. Характеристика используемых ресурсов (денежных и материальных). Распределение ресурсов между работами. Бюджетирование мероприятий.	36	7	4	7	18

8		Оценка эффективности коммуникационной кампании. Влияние PR-кампаний на имидж, репутацию и развитие организации.	Основные методы оценки эффективности коммуникационной кампании. Эффективность кампании по отдельным каналам коммуникации. Выявление и оценка рисков в кампании. Матрица анализа рисков и матрица реагирования на риск. Мониторинг выполнения работ. Показатели выполнения работ.	37	7	4	7	19
Итого				288	56	33	51	148

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		Понятие о коммуникационной кампании. Основные типы и виды коммуникационных кампаний.	Что такое коммуникационная кампания? Разновидности, признаки, классификация и особенности. Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Классификация PR-проектов по типам информационных субъектов.	36	4	4	2	26

2		Структура коммуникационной кампании. Идея, концепция, стратегия и результативность коммуникационной кампании.	Сущность понятий «стратегия» и «тактика». Бизнес, маркетинговая и коммуникационная стратегии. Стратегическое планирование. Этапы коммуникационной кампании. От стратегии коммуникационной кампании к ее воплощению: концепция – идея - воплощение.	36	4	4	2	26
3		Основные этапы организации и проведения PR-кампаний. Планирование и бюджетирование.	Аналитический этап коммуникационной кампании, технологии и правила формирования целей. Место и роль постановки цели и задач в коммуникационной кампании. Описание конечных результатов. Состав работ, их продолжительность, логическая взаимосвязь. Процессы кампании.	36	4	4	2	26
4		Определение целевых аудиторий. Основные технологии PR-кампаний. Медиа-аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	Анализ аудитории, основные критерии определения целевых групп общественности. Методы изучения целевой аудитории. Принципы выбора каналов коммуникаций. Основные технологии PR-кампаний. Технологии рекламно-информационного воздействия при проведении коммуникационных кампаний. Использование СМИ в рамках коммуникационной кампании: типология, особенности.	37	5	4	2	26

5		Антикризисные кампании. Мотивационные кампании. Политические кампании.	Типология PR-кампаний. Антикризисные кампании. Мотивационные кампании. Политические кампании. Псевдособытие: определение, сущность, преимущества и недостатки. Общее и различное в проведении рекламных, коммуникационных и PR-кампаний. Проведение PR-кампании по RACE-формуле.	35	4	4	2	25
6		Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.	Мероприятие как информационный повод в коммуникационной кампании. Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия. PR-инструменты для повышения эффективности мероприятия. Специальные оригинальные мероприятия. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах. Презентации, выставки и экспозиции.	37	4	4	3	26

7		Мероприятие как форма коммуникаций. Классификация мероприятий. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия.	Основные типы мероприятий, особенности и различия в их организации. Классификация мероприятий. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации. Управление ресурсами. Характеристика используемых ресурсов (денежных и материальных). Распределение ресурсов между работами. Бюджетирование мероприятий.	35	4	4	2	25
8		Оценка эффективности коммуникационной кампании. Влияние PR-кампаний на имидж, репутацию и развитие организации.	Основные методы оценки эффективности коммуникационной кампании. Эффективность кампании по отдельным каналам коммуникации. Выявление и оценка рисков в кампании. Матрица анализа рисков и матрица реагирования на риск. Мониторинг выполнения работ. Показатели выполнения работ.	36	4	4	2	26
Итого				288	33	32	17	206

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		Понятие о коммуникационной кампании. Основные типы и виды коммуникационных кампаний.	Что такое коммуникационная кампания? Разновидности, признаки, классификация и особенности. Предмет организации кампании в сфере связи с общественностью. Место и роль PR-кампаний в структуре PR. Классификация PR-проектов по типам информационных субъектов.	32	3	0	0	29
2		Структура коммуникационной кампании. Идея, концепция, стратегия и результативность коммуникационной кампании.	Сущность понятий «стратегия» и «тактика». Бизнес, маркетинговая и коммуникационная стратегии. Стратегическое планирование. Этапы коммуникационной кампании. От стратегии коммуникационной кампании к ее воплощению: концепция – идея - воплощение.	33	4	0	0	29
3		Основные этапы организации и проведения PR-кампаний. Планирование и бюджетирование	Аналитический этап коммуникационной кампании, технологии и правила формирования целей. Место и роль постановки цели и задач в коммуникационной кампании. Описание конечных результатов. Состав работ, их продолжительность, логическая взаимосвязь. Процессы кампании.	39	3	3	4	29

4		Определение целевых аудиторий. Основные технологии PR-кампаний. Медиа-аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	Анализ аудитории, основные критерии определения целевых групп общественности. Методы изучения целевой аудитории. Принципы выбора каналов коммуникаций. Основные технологии PR-кампаний. Технологии рекламно-информационного воздействия при проведении коммуникационных кампаний. Использование СМИ в рамках коммуникационной кампании: типология, особенности.	39	4	2	4	29
5		Антикризисные кампании. Мотивационные кампании. Политические кампании.	Типология PR-кампаний. Антикризисные кампании. Мотивационные кампании. Политические кампании. Псевдособытие: определение, сущность, преимущества и недостатки. Общее и различное в проведении рекламных, коммуникационных и PR-кампаний. Проведение PR-кампаний по RACE-формуле.	39	3	3	4	29

6		Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда.	Мероприятие как информационный повод в коммуникационной кампании. Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях. PR-кампании в рамках развития бренда. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия. PR-инструменты для повышения эффективности мероприятия. Специальные оригинальные мероприятия. Элитные и массовые мероприятия: различия в программах. Презентации, выставки и экспозиции.	39	4	2	4	29
7		Мероприятие как форма коммуникаций. Классификация мероприятий. Алгоритм подготовки и проведения мероприятия.	Основные типы мероприятий, особенности и различия в их организации. Классификация мероприятий. Мероприятия для СМИ как основа массовой коммуникации. Управление ресурсами. Характеристика используемых ресурсов (денежных и материальных). Распределение ресурсов между работами. Бюджетирование мероприятий.	34	3	0	2	29

8		Оценка эффективности коммуникационной кампании. Влияние PR-кампаний на имидж, репутацию и развитие организации.	Основные методы оценки эффективности коммуникационной кампании. Эффективность кампании по отдельным каналам коммуникации. Выявление и оценка рисков в кампании. Матрица анализа рисков и матрица реагирования на риск. Мониторинг выполнения работ. Показатели выполнения работ.	33	4	0	0	29
Итого				288	28	10	18	232

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-З ФО	ЗФО

3.4.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

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

3.4.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

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

3.6. Самостоятельная работа студентов

Модуль	Номер раздела	Содержание материала, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-З ФО	ЗФО

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. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика : учеб. пособие / Данилина Варвара Викторовна [и др.]; под ред. Л.В. Минаевой. - Москва : Аспект Пресс, 2008. - 288 с. - ISBN 978-5-7567-0422-8 : 311-52.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков; Чумиков А.Н. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - ISBN 978-5-7567-0749-6.
2. Связи с общественностью [Текст] : : учебное пособие для вузов / Ф. С. Эркенова [и др.]; [С. А. Шомова и др.]; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 198 с. : ил. - Авт. указаны на обороте тит. л. - Библиогр.: с. 197-198. - ISBN 978-5-7567-0598-0.
3. Вирен, Георгий Валентинович. Современные медиа / Вирен Георгий Валентинович; Георгий Вирен. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 125, [1] с. ; 22. - Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 «Журналистика» и специальности 030601 «Журналистика» для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 «Журналистика» для ФГОС. - На 4-й с. обл. авт.: Вирен Г.В., засл. работник культуры Рос. Федерации, к.филол.н., проф. - Библиогр. в конце кн. и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-7567-0701-4.
4. 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.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / под ред. А.П. Ситникова и др. - Москва : ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2002. - 310 с. - (Современные консалтинговые технологии). - ISBN 5-94369-008-5. - ISBN 5-16-000929-9 : 230-00.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Чумиков, А. Н. Переговоры - фасилитация - медиация: Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков; Чумиков А.Н. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - ISBN 978-5-7567-0738-0.
2. Сальникова, Л. С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов / Л. С. Сальникова; Сальникова Л.С. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - ISBN 978-5-7567-0766-3.
3. Правовые и этические нормы в журналистике. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - ISBN 978-5-7567-0648-2.
4. 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.

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

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 проведения лабораторных занятий	
Учебные аудитории для текущей аттестации	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной 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 игры, круглый стол и т.д.). Выделяется особая форма семинарского занятия – семинар-дискуссия. Различают следующие разновидности семинара-дискуссии:

1. По объему охватываемого материала:

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

2. По реальности существования участников:

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

Организация дискуссии предполагает последовательность определенных этапов:

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

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

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

Подготовка к дискуссии должна предполагать индивидуальные и групповые

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

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

Методические рекомендации по подготовке к выполнению проекта

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

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

Требования к использованию метода проектов:

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

Методика работы над проектом:

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

Общие критерии оценки проекта:

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

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

Помимо общих критериев в каждом конкретном случае должны выделяться и частные критерии оценки, ориентированные на конкретные дидактические цели. (Например, в рамках дисциплины «Основы профориентологии» студентам предлагается проект «Особенности профориентационной работы с различными категориями воспитанников и учащихся (возрастными, социальными)»; при этом в качестве частных критериев оценки выделяются следующие: умение выстраивать психолого-педагогическую работу в зоне ближайшего развития; владение формами и методами профориентационной работы; четкость выделения специфики профориентационной работы с определенной категорией воспитанников и учащихся; соответствие примеров практической профориентационной работы возрастным особенностям адресата).

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

Разработчик/группа разработчиков: Томских Иван Сергеевич, старший преподаватель

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

Согласована с выпускающей кафедрой

Заведующий кафедрой

« ____ » _____ 20 ____ г.