

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

Факультет филологии и массовых коммуникаций

Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Романов И.А.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.13.Социология массовых коммуникаций

на 288 часа(ов), 8 зачетных(ые) единиц(ы)

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

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

Профиль – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (для набора 2015)

Форма обучения очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Раскрыть проблемы методологии социологии массовой коммуникации как научной и учебной дисциплины, применения методов социологического анализа действительности в редакционно-журналистской практике и организации конкретно-социологического исследования деятельности СМИ.

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть место социологии МК в структуре социологического знания;
- изучить социальные обусловленности массово-коммуникационных процессов;
- изучить возможность социальных последствий функционирования СМИ, т.е. их влияния на социальные, политические, экономические, культурные явления в обществе;
- научить использовать социологический инструментарий в деятельности специалиста по связям с общественностью; показать разнообразие методов, приемов, форм сбора, обработки и изложения социологической информации;
- рассмотреть проблемы эффективного воздействия на аудиторию с учетом особенностей современного информационного пространства;
- сформировать культуру социологического мышления.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Базовая часть учебного плана

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

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

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам		Всего часов
	5 семестр	6 семестр	
Общая трудоемкость			288
Аудиторные занятия, в т.ч.	60	60	120
лекционные (ЛК)	30	30	60
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	30	30	60
лабораторные (ЛР)	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	70	62	132
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	Экзамен	36
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-9	способность проводить маркетинговые исследования
ПК-10	способность организовывать и проводить социологические исследования
ПК-11	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) используемый понятийно-терминологический аппарат социологии массовых коммуникаций как науки; 2) основные методы социологических исследований; 3) историю развития социологии массовых коммуникаций.
	Стандартный: 1) культуру социологического мышления; 2) роль и место социологии массовых коммуникаций в комплексе дисциплин; 3) проблематику социологии массовых коммуникаций (научно-теоретическую базу, социальные взаимосвязи, социологическую культуру массово-коммуникативной деятельности).
	Эталонный: 1) структурно-содержательные особенности современного информационного пространства; 2) различные методы получения информации; 3) понимать смысл и представлять содержание различных направлений деятельности редакции (работа с письмами и обращениями населения, общественные суждения, взаимодействия с социальными институтами и т.д.); 4) необходимость применения социологического инструментария в повседневной деятельности организации.

Уметь	Пороговый: 1) организовать и провести конкретные социологические исследования в области массовой коммуникации; 2) организовать работу социологической службы в организациях и информационных агентствах, подготовить к публикации текст с использованием социологических данных.
	Стандартный: 1) методологически грамотно готовить социологические публикации в средствах массовой информации и специальных записках; 2) на практике применять методологическую и методическую базу социологии массовых коммуникаций.
	Эталонный: 1) владеть культурой социологического мышления; 2) применять социологическую информацию в деятельности организации с учетом особенностей современного информационного пространства и в соответствии с “качеством” аудитории.
Владеть	Пороговый: 1) различными методами сбора социологической информации, ее внедрения в текст; 2) методами организации и проведения исследований общественного мнения.
	Стандартный: 1) использовать социологический инструментарий для разрешения конфликтных ситуаций; 2) различать информацию, подготовленную для СМИ журналистами и специалистами по связям с общественностью.
	Эталонный: 1) быть способным к деятельности в команде, участвуя в разработке концепции СМИ, проводимых им акций и кампаний, в подготовке коллективных материалов, включая анализ почты и проведение опросов общественного мнения; 2) владеть методами организации и проведения общественных суждений, дискуссий, интерактивного общения с аудиторией; 3) быть способным к формированию полноценной Я-концепции; 4) быть способным к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства.

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	Возникновение массовых коммуникаций в обществе	16	2	4		10
	2	СМК как социальная подсистема.	14	4	4		6
2	1	Функции и роли СМК	14	4	2		8
	2	Изучение роли СМК в жизни общества	18	4	4		10
3	1	Взаимодействие государства и средств массовой коммуникации	16	4	4		8
	2	Взаимодействие общественных организаций и средств массовой коммуникации	16	4	4		8
4	1	Пресса и интересы политических сил	16	4	4		8
	2	Факторы воздействия на электорат	18	4	4		10
5	1	СМК и бизнес	16	2	4		10
	2	Медиамагнаты и их вклад в развитие мировых коммуникаций	16	4	4		8
6	1	СМК и интересы аудитории, личности и общества в целом	16	4	2		10
	2	Факторы интереса аудитории	14	4	4		6
7	1	Коммуникатор и его роль в процессе массовых коммуникаций	16	4	4		8
	2	Анализ содержания массовой коммуникации	14	4	4		6
8	1	Социологические исследования аудитории печатных СМК	16	4	4		8
	2	Социологические исследования аудитории электронных СМК	16	4	4		8
Итого			252	60	60	0	132

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Возникновение массовых коммуникаций в обществе.

	2	Стадии развития общества, этапы развития СМК, статистика развития прессы. Модели коммуникации.
2	1	Характеристика различных способов передачи информации. Общественное мнение. Содержание процесса коммуникации.
	2	Взаимодействие аудитории и СМК, стадии взаимодействия. Возможности воздействия информации на аудиторию.
3	1	Особенности организации исследований в области социологии массовых коммуникаций.
	2	Программа исследования. Этапы и процедуры исследований.
4	1	Исследования процесса массовой коммуникации. Особенности конструирования выборок. Количественные методы. Контент-анализ и его разновидности. Возможности использования метода контент-анализ.
	2	Интервьюирование (очные, телефонные и электронные опросы), анкетирование, дневники, фокус-группы. Итоговые документы аудиторных исследований (стандартизация показателей, табличные и графические способы представления данных. Использование технических и опросных методик в изучении аудитории ТВ и радио.
5	1	Формы взаимодействия государства и СМК.
	2	Особенности работы СМК и специалистов по связям с общественностью в законодательной, исполнительной и судебной власти.
6	1	Презентация общественных лидеров аудитории. Социальная реклама и проблемы ее использования.
	2	Пресса, реклама и опросы общественного мнения как факторы воздействия на электорат.

7	1	Особенности производства СМК. Функционирование скрытой рекламы. Медиамагнаты и их вклад в развитие мировых коммуникаций.
	2	Профессиональная деятельность лидеров рынка СМК (Тэд Тернер, Руперт Мердок, Роберт Максвелл и другие).
8	1	Аудитория средств массовой информации (в целом, отдельных изданий, каналов, программ). Понятия целевой (базовой), потенциальной, реальной аудитории. Социальные потребности как объективная основа информационных потребностей.
	2	Субъективные и объективные характеристики аудитории: информационные потребности, интересы, мотивы обращения к СМИ, запросы, ожидания, характеристики потребления массовой информации.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Возникновение массовых коммуникаций в обществе. Стадии развития общества, этапы развития СМК, статистика развития прессы. Модели коммуникации.
	2	Характеристика различных способов передачи информации. Общественное мнение. Содержание процесса коммуникации. Взаимодействие аудитории и СМК, стадии взаимодействия. возможности воздействия информации на аудиторию.
2	1	Особенности организации исследований в области социологии массовых коммуникаций. Программа исследования. Этапы и процедуры исследований.

	2	Исследования процесса массовой коммуникации. Количественные методы. Контент-анализ и его разновидности. Возможности использования метода контент-анализ. Особенности конструирования выборок. Интервьюирование (очные, телефонные и электронные опросы), анкетирование, дневники, фокус-группы, Итоговые документы аудиторных исследований (стандартизация показателей, табличные и графические способы представления данных. Использование технических и опросных методик в изучении аудитории ТВ и радио.
3	1	Формы взаимодействия государства и СМК. Особенности работы СМК и специалистов по связям с общественностью в законодательной, исполнительной и судебной власти..
	2	Презентация общественных лидеров аудитории. Социальная реклама и проблемы ее использования Пресса, реклама и опросы общественного мнения как факторы воздействия на электорат.
4	1	Особенности производства СМК. Функционирование скрытой рекламы. Медиамагнаты и их вклад в развитие мировых коммуникаций Профессиональная деятельность лидеров рынка СМК (Тэд Тернер, Руперт Мердок, Роберт Максвелл и другие).
	2	Аудитория средств массовой информации (в целом, отдельных изданий, каналов, программ). Понятия целевой (базовой), потенциальной, реальной аудитории. Социальные потребности как объективная основа информационных потребностей. Субъективные и объективные характеристики аудитории: информационные потребности, интересы, мотивы обращения к СМИ, запросы, ожидания, характеристики потребления массовой информации.
5	1	Возникновение массовых коммуникаций в обществе. Стадии развития общества, этапы развития СМК, статистика развития прессы. Модели коммуникации.
	2	Характеристика различных способов передачи информации. Общественное мнение. Содержание процесса коммуникации. Взаимодействие аудитории и СМК, стадии взаимодействия. возможности воздействия информации на аудиторию.
	1	Особенности организации исследований в области социологии массовых коммуникаций. Программа исследования. Этапы и процедуры исследований.

6	2	Исследования процесса массовой коммуникации. Количественные методы. Контент-анализ и его разновидности. Возможности использования метода контент-анализ. Особенности конструирования выборок. Интервьюирование (очные, телефонные и электронные опросы), анкетирование, дневники, фокус-группы, Итоговые документы аудиторных исследований (стандартизация показателей, табличные и графические способы представления данных. Использование технических и опросных методик в изучении аудитории ТВ и радио.
7	1	Формы взаимодействия государства и СМК. Особенности работы СМК и специалистов по связям с общественностью в законодательной, исполнительной и судебной власти..
	2	Презентация общественных лидеров аудитории. Социальная реклама и проблемы ее использования Пресса, реклама и опросы общественного мнения как факторы воздействия на электорат.
8	1	Особенности производства СМК. Функционирование скрытой рекламы. Медиумагнаты и их вклад в развитие мировых коммуникаций Профессиональная деятельность лидеров рынка СМК (Тэд Тернер, Руперт Мердок, Роберт Максвелл и другие).
	2	Аудитория средств массовой информации (в целом, отдельных изданий, каналов, программ). Понятия целевой (базовой), потенциальной, реальной аудитории. Социальные потребности как объективная основа информационных потребностей. Субъективные и объективные характеристики аудитории: информационные потребности, интересы, мотивы обращения к СМИ, запросы, ожидания, характеристики потребления массовой информации.

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	2	Блоги как форма коммуникации	Творческое задание

2	1	Аудитория СМИ как объект изучения психологии воздействия	Творческое задание
3	1	Задачи и методы социологических исследований аудитории СМИ.	Творческое задание
4	1	Эффективность различной деятельности в СМИ.	Творческое задание
5	1	Особенности презентации политического и общественного лидера	Творческое задание
6	1	Культура социологического мышления специалиста в сфере медиа.	Творческое задание
7	1	СМК как вид бизнеса. Информация как источник доходов	Творческое задание
8	1	Социальные потребности как объективная основа информационных потребностей.	Творческое задание

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	2	Лекция, практическое занятие, СРС	Лекции с использованием презентаций, работа с электронными образовательными ресурсами	4
2	1	Практическое занятие	Семинары-дискуссии, мастер-классы	4
3	2	Лекция, практическое занятие	Экскурсии на предприятия	4
4	2	Лекция, практическое занятие, СРС	Разбор конкретных ситуаций (ситуационные задачи), технологии учебно-исследовательской деятельности (проведение, презентация и обсуждение микро-исследований) и т.д.	6

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. Филатова, Ольга Георгиевна. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Филатова Ольга Георгиевна. - Москва : Гардарики, 2006. - 303 с. - ISBN 5-8297-0273-8 : 275-00.
2. Гостенина, Валентина Ивановна. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Гостенина Валентина Ивановна, Киселев Александр Георгиевич. - Москва : Инфра-М, 2009. - 352 с. - ISBN 978-516-003707-3 : 341-72.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. 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.
2. Федотова, Лариса Николаевна. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : Учебник для бакалавров / Федотова Лариса Николаевна; Федотова Л.Н. - 5-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 603. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3195-2 : 174.45.
3. Касьянов, Валерий Васильевич. Социология массовой коммуникации : Учебник / Касьянов Валерий Васильевич; Касьянов В.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 299. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-04971-8 : 1000.00.
4. 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.
- Гавра, Дмитрий Петрович. Основы теории коммуникации : Учебник / Гавра Дмитрий Петрович; Гавра Д.П. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 282. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01025-1 : 90.09.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Науменко, Тамара Васильевна. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Науменко Тамара Васильевна. - Санкт-Петербург : Питер, 2005. - 288с. - (Учебное пособие). - ISBN 5-469-00290-X : 125-00.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Болотова, Алла Константиновна. Социальные коммуникации. Психология общения : Учебник и практикум / Болотова Алла Константиновна; Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 327. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01325-2 : 100.74.
2. 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.
3. Венедиктова, Татьяна Дмитриевна. Основы теории коммуникации : Учебник и практикум / Венедиктова Татьяна Дмитриевна; Венедиктова Т.Д. - Отв. ред., Гудков Д.Б. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 193. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00242-3 : 81.90.
4. Болотова, Алла Константиновна. Социальные коммуникации. Психология общения : Учебник и практикум / Болотова Алла Константиновна; Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 327. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01325-2 : 100.74.
5. 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.

6.3. 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

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

672007, г. Чита, ул. Чкалова, 140 ауд. 10-6а.

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

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Мультимедийное оборудование: переносной ноутбук, переносной проектор, переносной экран, акустическая система.

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

672000, г. Чита, ул. Бутина, 65 ауд. 13-118.

Кабинет для самостоятельной работы, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)

Комплект специальной учебной мебели.

ПК – 5 шт.

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

672007, г. Чита, ул. Чкалова, 140 ауд. 10-12.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Специализированная мебель для хранения литературы.

Мультимедийное оборудование: переносной ноутбук, переносной проектор, переносной экран, акустическая система.

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

672007, г. Чита, ул. Чкалова, 140 ауд. 10-17а.

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

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Мультимедийное оборудование: телевизор, переносной ноутбук, переносной проектор, переносной экран, акустическая система.

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

672007, г. Чита, ул. Чкалова, 140 ауд. 10-38.

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

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Мультимедийное оборудование: мультимедийный проектор, экран с электропроводом.
Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9. 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: Полякова Юлия Александровна, старший преподаватель кафедры журналистики и связей с общественностью

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2017 г. № 1)**