

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.14.Психология 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:

формирование системного понимания закономерностей психологических процессов, лежащих в основе массовой коммуникации и индивидуального творчества

Задачи изучения дисциплины:

- освоение социально-психологических аспектов функционирования массовой информации, ПР и рекламы в современном мире;
- формирование представления о значении и месте психологии в комплексе связей с общественностью, о психолого-социологических факторах и условиях, способствующих повышению эффективности конкретных видов рекламной и ПР-деятельности;
- познакомить с психологическими приемами разрешения основных коммуникативных проблем и личных творческих затруднений;
- 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

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» в учебном плане входит в базовую часть, в модуль 1. Профессиональная коммуникация. Лекционно-практический курс направлен на формирование компетенций, которые уже были представлены в рамках дисциплин «Основы теории коммуникации», «Современная пресс-служба», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Психология общения» и др., будут далее осваиваться в рамках курсов «Коммуникативные основы брендинга», «Теория и практика создания имиджа», «Теория и практика массовой информации», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» и др.

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

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

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам		Всего часов
	5 семестр	6 семестр	
Общая трудоемкость			288
Аудиторные занятия, в т.ч.	54	48	102
лекционные (ЛК)	36	24	60
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	18	24	42
лабораторные (ЛР)	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	57	57	114
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	Экзамен	72
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-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
ПК-13	способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК-14	способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения

Результат обучения	
Знать	Пороговый: ■ психологические характеристики и функции СМИ ■ основные концепции, раскрывающие психологическую природу и психологические законы функционирования СМИ ■ психологическую специфику массовой информации, роль СМИ в формировании общественного мнения ■ основные механизмы восприятия информации, основные методы воздействия и взаимодействия с аудиторией, учитывая характеристику определенного сегмента СМИ
	Стандартный: ■ психологические принципы функционирования массовых психологических потоков, ■ виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде, ■ о психических возможностях человека, его потребностях, особенностях сознания, знаниях, необходимых при выборе средств и приемов воздействия на аудиторию и взаимодействия в коллективе ■ возможные позитивные и негативные социально-психологические эффекты массовой информации
	Эталонный: ■ особенности, задачи и методы, технологии и техники процесса создания медиатекста, смысловой и структурно-композиционной специфики медиатекста как результата индивидуальной и коллективной творческой работы специалиста по связям с общественностью и рекламиста в условиях ее высокой технологичности; ■ психологические механизмы и регуляторы общественных процессов и отношений, ■ специфику протекания процессов взаимодействия СМИ и аудитории, общественно-психологических закономерностей воздействия и взаимодействия, зависящих от социально-духовных изменений в обществе, ■ задачи и принципы организации и проведения психологических исследований в сфере массовых коммуникаций
	Пороговый: ■ применять современные традиционные психологические методы и техники для решения прикладных задач в сфере массовой коммуникации, ■ анализировать социально значимые проблемы и процессы с точки зрения психологии массовой коммуникации; ■ устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения

	Результат обучения
Уметь	Стандартный: ■ ориентироваться в психологических и социально-психологических аспектах функционирования массовых информационно-психологических потоков и СМИ в целом, ■ осуществлять медиаанализ конкретной коммуникативной ситуации, анализировать социально-значимые проблемы и процессы массовой коммуникации, ■ определять желаемые результаты воздействия; ■ моделировать эффективные типы медиатекста
	Эталонный: ■ использовать источники психологических данных о функционировании СМК для оптимизации профессиональной деятельности ■ организовывать и проводить психологические исследования в области изучения аудитории ■ моделировать эффективные типы медиатекста, ориентированные на характеристику российского менталитета
Владеть	Пороговый: ■ психологическим инструментарием в сборе и обработке информации; ■ базироваться на знаниях психологии в коллективной и индивидуальной работе ■ навыками работы с источниками психологического знания в профессиональных целях ■ приемами создания модели общения в массовой коммуникации ■ методикой психотехнического анализа медиатекста
	Стандартный: ■ достаточным психологическим инструментарием в сборе и обработке информации в профессиональных целях ■ методикой оценки эффективности массовой коммуникации; ■ методикой и техникой анализа социальной действительности по материалам СМИ с использованием психологического инструментария
	Эталонный: ■ управлять своим психологическим состоянием и системой отношений в профессиональной деятельности, владеть навыками психологической саморегуляции и самопомощи в стрессогенных обстоятельствах массовой коммуникации, ■ моделировать эффективные (продуктивные) технологии взаимодействия с аудиторией, учитывая ее базовые характеристики, ■ использовать психологические методы коммуникации в кросс-культурном пространстве

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	Психология массовой коммуникации как наука.	10	3			7
	2	Аудитория как объект воздействия и как субъект взаимодействия в СМИ	19	6	6		7
2	3	Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	13	4	2		7
	4	История исследований медиавоздействия	15	5	2		8
3	5	Основные психологические концепции массовой коммуникации	13	4	2		7
	6	Аналитическая психология К.Г. Юнга. Проблема эффективности использования архетипов в рекламе и ПР-тексте	15	5	2		8
4	7	Информационно-психологические войны: понятие, классификация, черты, специфика реализации	26	9	4		13
5	8	Психологическая культура ПР-специалиста. Я-концепция.	9		2		7
	9	Социально-психологические проблемы массовой коммуникации	13	4	2		7
6	10	Вербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	15	4	4		7
	11	Невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	16	4	4		8
7	11	НЛП в медиадискурсе	15	4	4		7
	12	Психология создания медиатекстов	16	4	4		8
8	13	Теория диалога. Области ораторской практики	21	4	4		13
Итого			216	60	42	0	114

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
--------	---------------	-------------------------------

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Объект и предмет изучения психологии массовой коммуникации. Задачи курса. Концептуальные проблемы данной дисциплины. Социально-психологические функции СМИ. Психологические функции ПР-деятельности. Необходимые психологические условия успешной рекламной и ПР- деятельности.
	2	Факторы формирования интереса аудитории. Внимание. Потребности. Восприятие. Индикаторы массового интереса. Массовое сознание: определение, структура, субъекты и носители массового сознания. История становления понятия. Специфика массового сознания. Психограмма масчеловека. Аксиологическая характеристика массового человека. Своеобразие картины мира масчеловека. Психотипы потребителя.
2	3	Методы социально-психологического воздействия: подражание, внушение, заражение, убеждение. Формирующий и манипулятивные способы воздействия. Манипуляция: сущность, черты и свойства. Технологический инструментарий медиавоздействия.
	4	Теория пули, модель ограниченного воздействия, гипотеза культивации информации. Социально-психологические теории (теория управляемого социального развития А. Грамши, П. Сорокина, М. Фуко, К. Манхейма). В. М. Бехтерев: теория подражания и внушения. Внушение: понятие, классификация. История вопроса. Теория рационального внушения. Психология массовых коммуникаций (Э. Дихтер, В. Пэккард, Луи Ческин и др.). «Сублиминальное кино» Джеймса Вайкери. Проблема использования психоанализа З. Фрейда в массовой коммуникации. Постфрейдизм и проблемы межличностной и массовой коммуникации: А. Адлер (индивидуальная психология), Карен Хорни (социальный фрейдизм), Э. Эриксон (ЭГО-психология), Э. Берн (транзакционный анализ), В. Франкл (экзистенциальная психотерапия). Гуманистический психоанализ: Э. Фромм. Тематика насилия и страха в современных СМИ: психологические аспекты реализации.

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
3	5	Бихевиоризм как наука о поведении. Теория подкрепления и научения. Возможности и проблемы использования технологии бихевиоризма в работе копирайтера и специалиста по связям с общественностью. Теория когнитивизма. Ее значение в исследовании психологических процессов массовой коммуникации (личностный конструкт, эффект прайминга). Конгруэнтность. Гипотеза гомеостаза. Соответствие эмоционального и интеллектуального компонентов установки. Гештальт-психология: проблема создания и восприятия медиатекста (атрибуты конструирования эйдосферы). Образы как продукт работы воображения, основные психологические операции, посредством которых создаются образы. Положения гештальт-психологии
	6	Аналитическая психология. Психология К. Юнга. Теория архетипов: сущность и понятие, структура, разновидности, основные приемы создания, проблема эффективности использования в МК
4	7	Информационно-психологические войны: понятие, классификация, черты. Пространство воздействия: физическое, информационное, когнитивное. Информационное оружие: понятие, разновидности. Этапы проведения ИПВ, характеристика модели ИПВ, причины ИПВ, цели и способы защиты (саногенное мышление, тип актуализатора, «эффект Одиссея» и др.). Социально-психологические проблемы современной МК
5	8	
	9	Социально-психологические проблемы современной массовой коммуникации. Психосинтез и массовая коммуникация
6	10	Формы общения и особенности массовой коммуникации, межличностного и межгруппового общения. Понятие, формы, структура и языки общения. Логосфера СМИ: содержание и технология (лингвистические ловушки, прием лингвистической дейризации, пропагандистская сублимация, семантическая фасцинация, использование особой лексики и др.)
	11	Невербальные системы общения в массовой коммуникации: оптико-кинетическая система, паралингвистическая система, экстралингвистическая система, визуальное общение, проксемика, конституциональное общение.

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
7	11	Нейро-лингвистическое программирование: понятие, философия, техника «присоединения», использование приемов переформирования (рефрейминга), техника ВАК и др.
	12	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.
8	13	Искусство беседы. Психология общения. Основные разновидности и типы общения. Типы общения. Стили общения. Дистанция общения. Психологические барьеры общения. Факторы эффективности общения. Теория диалога. Области ораторской практики (эристика, диалектика, софистика). Требования, принципы и способы воздействия. Методология создания доверительного взаимопонимания в процессе беседы. Психологические правила слушания. Психологические аспекты взаимопонимания. Психологические предпосылки эмпатии. Саморегуляция и защита от психологического давления. Дистанция общения.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	
	2	Массовое сознание как предмет исследования и как феномен современности. Факторы формирования интереса аудитории.
2	3	Идентификация как метод воздействия. Технология взаимодействия/ воздействия на массовое сознание в СМИ. Социально-психологический анализ медиатекстов.
	4	Концепция управляемого социального развития. Проблема использования «классического фрейдизма» в отечественных СМИ. Феномен «сублиминального» кино. Проблема использования в медиатексте конструкторов «страх» и «насилие»

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
3	5	Бихевиоризм в пространстве медиатекста и в моделях профессиональной деятельности коммуникатора. Когнитивизм в пространстве медиатекста и в моделях профессиональной деятельности. Гештальт-психология в пространстве медиатекста и в моделях профессиональной деятельности
	6	Искусство моделирования «мифологического медиатекста». Проблема использования архетипов в медиатексте.
4	7	Методология воздействия в информационно-психологической войне. Система защиты в информационно-психологической войне.
5	8	Психологическая культура: понятие и структура. Место и значение психологии профессионального общения, творчества, влияния на аудиторию. Профессиональная самореализация. Я-концепция ПР-специалиста, создателя рекламы. Субъективные качества медиаторства. Социально-психологические установки профессионала.
	9	Анализ психологического воздействия медиатекста на потребителя информации. Определение форм психологической защиты аудитории от информационного воздействия
6	10	Психология общения в системе массовой коммуникации. Вербальная коммуникация
	11	Психология общения в системе массовой коммуникации. Невербальная коммуникация. Сложности социальной перцепции. Моделирование и анализ ситуации профессионального взаимодействия с аудиторией.
7	11	Технология нейролингвистического программирования в контексте межличностной и массовой коммуникации
	12	Парадигмы мышления и стили медиаторства. Языковая личность рекламного текста. Психотипы потребителя. Формы и методы психологического воздействия на аудиторию в пространстве медиатекста

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
8	13	Общение как воздействие и взаимодействие. Психологический тренинг

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Концептуальные проблемы психологии массовой коммуникации	Конспект
1	2	Российский менталитет как основной фактор интереса журналистского творчества. Характеристика и концептуальные составляющие российского менталитета.	Составление обобщающей таблицы «Массовое сознание»
2	3	Технологии манипулятивных методов воздействия.	Составление обобщающей таблицы «Стимул/метод – Ситуация – Реакция/Эффекты» Психологический анализ медиатекста Досье: «Технологии воздействия в СМИ»
2	4	Социально-психологические теории (теория управляемого социального развития) Карен Хорни (социальный фрейдизм), Э. Эриксон (ЭГО-психология), Э. Берн (транзакционный анализ)	Конспект. Эссе-рецензия по прочитанной литературе Контрольные вопросы для группы. Творческие задания.
3	5	Возможности и проблемы использования технологии бихевиоризма, когнитивизма и гештальт-психологии в работе специалиста по СО и рекламе	Досье для практического задания: технологии бихевиоризма, гештальт-психологии, когнитивизма в СМИ.
3	6	Архетипы К. Юнга и реклама	Творческие задания.

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
4	7	Информационно-психологическая война как категория научного дискурса: понятие, характеристика. Социально-психологические проблемы современной массовой коммуникации	Просмотр документальных фильмов. Подготовка эссе-рецензии.
5	8	Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в публичной деятельности.	Психологический анализ собственного медиатекста (реклама, ПР-текст – на выбор).
5	9	Социально-психологические проблемы современной массовой коммуникации	Научное эссе или рецензия научных работ (на выбор)
6	10	Формы общения и особенности массовой коммуникации и межличностного, межгруппового общения.	Выполнение домашних творческих заданий
6	11	Невербальные системы общения в массовой коммуникации: визуальное общение, проксемика, конституциональное общение.	Психологический анализ телевизионного медиатекста.
7	11	Философия нейро-лингвистического программирования, особенности реализации в СМИ.	Творческие задания: Написание медиатекста с учетом законов НЛП (свободный выбор жанра и канала коммуникации). Написание текста с использованием стратегии ВАК.
8	13	Психологические барьеры общения. Факторы эффективности общения. Методология создания доверительного взаимопонимания в процессе беседы. Психологические правила слушания.	Творческое задание: Правила эффективного общения в работе специалиста по рекламе и СО.

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1, 2	Л, ПЗ	Медиапрезентация. Лекция-диалог. Устный опрос. Ролевая игра.	6
2	3, 4	Л, ПЗ	Медиапрезентация. Творческие задания. Моделирование проблемной ситуации	8
3	5, 6	Л, ПЗ	Медиапрезентация. Лекция-диалог. Лекция-пресс-конференция. Устный опрос. Проектная мастерская (2 темы). Творческие задания.	12
5	8, 9	Л, ПЗ	Дискуссии. Лекция-пресс-конференция. Творческие задания	6
6	10, 11	Л, ПЗ	Лекция-диалог. Дискуссии. Моделирование проблемной ситуации / Ролевая игра. Творческие задания	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. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : учеб. для бакалавров / Виноградова Светлана Михайловна, Мельник Галина Сергеевна. - Москва : Юрайт, 2014. - 512 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - ISBN 978-5-9916-3340-6 : 474-10.
2. Ерофеева, И.В. Психология массовой коммуникации: : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - Чита : ЗабГГПУ, 2005. - 39 с. - 25-00.
3. Ильин, Евгений Павлович. Психология общения и межличностных отношений / Ильин Евгений Павлович. - Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород : Питер, 2011. - 576 с. - (Мастера психологии). - ISBN 978-5-388-00425-3 : 361-71.

6.1.2. Издания из ЭБС

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.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. 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. 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.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Селезнева, Лариса Васильевна. Подготовка рекламного и pr-текста : Учебное пособие / Селезнева Лариса Васильевна; Селезнева Л.В. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 159. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-04084-5 : 55.69.
2. Синяева, Инга Михайловна. Реклама и связи с общественностью : Учебник для бакалавров / Синяева Инга Михайловна; Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 552. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3181-5 : 162.16.
3. Коноваленко, Марина Юрьевна. Психология рекламы и pr : 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.

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
ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12. www.studentlibrary.ru
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; Договор № 204-11/15/223/16-7 www.biblioclub.ru
Рубрикон – энциклопедический портал. <http://eidos.ru/journal/>
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/>

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.

672007, г. Чита, ул. Чкалова, 140 ауд. 10-11.

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.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

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: Ерофеева Ирина Викторовна

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2018 г. № 1)**