

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.19.Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

на 144 часа(ов), 4 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:

Цель преподавания дисциплины: получение теоретических знаний о принципах построения отделов рекламы и СО в организации и практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, проектирования систем управления, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение организационных основ деятельности отдела рекламы и СО;
- изучение роли и функций отдела в системе менеджмента;
- организации, изучение задач и принципов функционирования отдела;
- рекламы и СО, планирование работы отдела и составление бюджета;
- изучение практических особенностей функционирования отделов рекламы и СО в современных организациях.

### 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части профессионального цикла и является важной составляющей освоения практической деятельности будущих специалистов. Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются основе знаний, умений и компетенций студента, полученных при изучении следующих учебных дисциплин: менеджмент, маркетинг, основы теории коммуникации, организация и проведение кампаний в сфере СО. Дисциплина изучается в 8-м семестре, что определяет возможность использования полученных в процессе обучения знаний и умений при изучении следующих дисциплин: теория и практика массовой информации, разработка и проведение рекламных и PR-акций, основы интегрированных коммуникаций.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы), 144 часов.

#### Очная форма

| Виды занятий                           | Распределение по семестрам | Всего часов |
|----------------------------------------|----------------------------|-------------|
|                                        | 8 семестр                  |             |
| Общая трудоемкость                     |                            | 144         |
| Аудиторные занятия, в т.ч.             | 54                         | 54          |
| лекционные (ЛК)                        | 18                         | 18          |
| практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)    | 36                         | 36          |
| лабораторные (ЛР)                      | 0                          | 0           |
| Самостоятельная работа студентов (СРС) | 54                         | 54          |

|                                            |         |    |
|--------------------------------------------|---------|----|
| Форма промежуточной аттестации в семестре  | 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-2              | владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК-1               | владение навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью |
| ПК-2               | владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ПК-3               | владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

| Результат обучения |                                                                                             |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знать              | Пороговый:<br>- процесс работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве; |
|                    | Стандартный:<br>- принципы построения структуры отдела рекламы и СО в организации;          |
|                    |                                                                                             |

|         |                                                                                                                                          |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | <p>Эталонный:</p> <p>- алгоритмы организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы;</p>                    |
| Уметь   | <p>Пороговый:</p> <p>- работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;</p>                                         |
|         | <p>Стандартный:</p> <p>- реализовывать алгоритмы организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы;</p>    |
|         | <p>Эталонный:</p> <p>- применять методы эффективной организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы;</p> |
| Владеть | <p>Пороговый:</p> <p>- методами развития отдела рекламы, маркетингового отдела, рекламного агентства;</p>                                |
|         | <p>Стандартный:</p> <p>- методы создания алгоритмов организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы;</p> |
|         | <p>Эталонный:</p> <p>- технологиями создания современного инструментария рекламной деятельности и деятельности по СО.</p>                |

### 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             | Отделы рекламы и связей с общественностью: структура, основные направления работы, функционал сотрудников. Профессиограмма специалистов. Профессиональные навыки сотрудника отдела рекламы и связей со СМИ. | 14          | 2                  | 4      |    | 8   |
|        | 2             | Структура отдела.                                                                                                                                                                                           | 12          | 2                  | 4      |    | 6   |

|       |   |                                                                                                                                                                       |     |    |    |   |    |
|-------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
| 2     | 3 | Отдел РиСО в системе корпоративного менеджмента.                                                                                                                      | 12  | 2  | 4  |   | 6  |
|       | 4 | Исследовательский и аналитический сегменты в отделе РиСО.<br>Исследовательское направление работы: качественные и количественные методы сбора и обработки информации. | 14  | 2  | 4  |   | 8  |
| 3     | 5 | Пресс-центр. Организация производства корпоративного издания.                                                                                                         | 14  | 2  | 4  |   | 8  |
|       | 6 | Организация спецмероприятий: выставки, конференции.                                                                                                                   | 12  | 2  | 4  |   | 6  |
| 4     | 7 | Организация работы сектора рекламы.                                                                                                                                   | 12  | 2  | 4  |   | 6  |
|       | 8 | Способы оценки работы отдела РиСО.                                                                                                                                    | 18  | 4  | 8  |   | 6  |
| Итого |   |                                                                                                                                                                       | 108 | 18 | 36 | 0 | 54 |

### 3.2. Лекционные занятия

#### Очная форма

| Модуль | Номер раздела | Содержание лекционных занятий                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | 1             | Задачи отдела по связям с общественностью в области поддержания общекорпоративной стратегии и тактики, создании привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации. Профессиограмма специалиста по связям с общественностью. Должностная инструкция специалиста по связям с общественностью.                 |
|        | 2             | Система подчиненности в компании. Социальная ответственность бизнеса. Необходимость распространения правдивой информации о деятельности компании.                                                                                                                                                                   |
| 2      | 3             | Варианты мотивация специалиста по связям с общественностью. Особенности отделов по связям с общественностью в коммерческих, государственных и общественных организациях.                                                                                                                                            |
|        | 4             | Функциональный принцип построение отдела по связям с общественностью и рекламы, профессии в сфере связей с общественностью. Виды отделов по связям с общественностью. Исследовательский – аналитический сегмент: методы сбора и анализа информации, мониторинг информации, тематический пресс-кипинг и пресс-досье. |

|   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | 5 | Пресс-центр: организация работы в соответствии с основными принципами корпоративной информационной политики, связь со средствами массовой информации, ведение совместных проектов со СМИ; взаимодействие с пресс-службами правительственных структур, участие в пресс-конференциях и других информационных мероприятиях.                                  |
|   | 6 | Понятие кадровой работы. Закон о труде как основа кадровой работы. Вопросы оплаты труда. Особенности приема сотрудников. Требования к контракту. Подготовка контрактов при найме персонала. Подготовка разовых договоров. Требования к персоналу. Вопросы дисциплины. Вопросы предоставления отпусков (в том числе за свой счет), увольнения сотрудников. |
| 4 | 7 | Взаимодействие с отделами рекламы, маркетинга, службой потребителей, кадров. Основные виды корпоративных СО-документов. Расчет корпоративного бюджета на мероприятия по связям с общественностью. Система обратной связи с персоналом.                                                                                                                    |
|   | 8 | Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью.                                                                                                                                                                                                                                                                     |

### 3.3. Практические (семинарские) занятия

#### Очная форма

| Модуль | Номер раздела | Содержание практических(семинарских) занятий                                                                                                          |
|--------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | 1             | Функции и задачи отдела РиСО.                                                                                                                         |
|        | 2             | Место отдела по связям с общественностью и рекламы в фирме. Задачи отдела по связям с общественностью и рекламы. Организация стратегии работы отдела. |
| 2      | 3             | Структура типового отдела в государственных службах. Структура в органах муниципальной власти.                                                        |
|        | 4             | Отдел по связям с общественностью в коммерческих фирмах.                                                                                              |

|   |   |                                                                                                                                                                                                     |
|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | 5 | Особенности кадровой работы в отделе по связям с общественностью и рекламы.                                                                                                                         |
|   | 6 | Взаимодействие с отделами маркетинга, службой потребителей, кадров. Основные виды корпоративных СО-документов.                                                                                      |
| 4 | 7 | Расчет корпоративного бюджета мероприятий по связям с общественностью. Система обратной связи с персоналом.                                                                                         |
|   | 8 | Способы оценки эффективности работы отдела по связям с общественностью и рекламы. Методы оценки эффективности. Критерии оценки эффективности. Практическое применение методов оценки эффективности. |

### 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             | Роль отдела по связям с общественностью и рекламы в коммерческих и государственных структурах, в спецслужбах, в муниципальных учреждениях. Типовая структура отдела по связям с общественностью и рекламы.                                       | Составление таблиц          |
| 1      | 2             | Требования к кадровому составу отдела по связям с общественностью и рекламы. Кадровая работа отдела. Законодательство о Труде и его роль в кадровой работе. Подготовка контрактов при найме персонала. Особенности подготовки разовых договоров. | Составление таблиц          |
| 2      | 3             | Вопросы информационной безопасности. Концепция информационной безопасности. Ответственность сотрудников за разглашение фирменных секретов. Организация работы по воспрепятствованию утечки коммерческой информации.                              | Составление таблиц          |

|   |   |                                                                                                                 |                                                            |
|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 2 | 4 | Организация выпуска периодических изданий, производства журналов, газет.                                        | Составление вопросов различных типов по определенным темам |
| 3 | 5 | Издательская деятельность отдела по связям с общественностью и рекламы.                                         | Составление вопросов различных типов по определенным темам |
| 3 | 6 | Организация выставок. Особенности выпуска сувенирной продукции. Специфика распространения сувенирной продукции. | Составление вопросов различных типов по определенным темам |
| 4 | 7 | Требования к подготовке продукции для радио и телевидения.                                                      | Составление план-конспекта                                 |
| 4 | 8 | Способы оценки деятельности специалиста по связям с общественностью.                                            | Составление план-конспекта                                 |

#### 4. Интерактивные формы образовательных технологий

| Модуль | Номер раздела | Вид учебных занятий  | Образовательные технологии                                         | Количество часов |
|--------|---------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1      | 2             | Практическое занятие | Тренинг креативного мышления                                       | 2                |
| 2      | 4             | Практическое занятие | Деловая игра                                                       | 2                |
| 3      | 6             | Практическое занятие | Деловая игра                                                       | 2                |
| 4      | 7             | Практическое занятие | Разработка плана работы отдела рекламы/по связям с общественностью | 2                |

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

[Фонд оценочных средств](#)

#### 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

##### 6.1. Основная литература

##### 6.1.1. Печатные издания

1. Павлова, Вера Степановна. Технологические особенности современной рекламы : учеб. пособие / Павлова Вера Степановна, Топоркова Елена Павловна. - Чита : ЗабГУ, 2012. - 105 с. - ISBN 978-5-9293-0790-4 : 82-00.
2. Павлова, В.С. Креативная реклама: методология, технологии, графический дизайн : учеб. пособие / В. С. Павлова. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 159 с. - ISBN 978-5-9293-1375-2 : 159-00.
3. Макова, О.И. Политическая реклама: теория и практика : учеб. пособие / О. И. Макова. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 111 с. - ISBN 978-5-9293-1496-4 : 109-00.
4. Лиханова, Виктория Валерьевна. Реклама в туризме : учеб. пособие / Лиханова Виктория Валерьевна. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 172 с. - ISBN 978-5-9293-1458-2 : 172-00.
5. Реклама: язык, речь, общение : учеб. пособие / А. А. Алипова [и др.]; под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. - Москва : Инфра-М, 2010. - 288 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-003389-1 : 216-36.

#### **6.1.2. Издания из ЭБС**

### **6.2. Дополнительная литература**

#### **6.2.1. Печатные издания**

1. Викентьев, Игорь Леонардович. Приемы рекламы и PUBLIC RELATIONS. Программы-консультанты: 446 примеров, 200 учебных задач, 21 практическое приложение. 8-е изд. доп. / Викентьев Игорь Леонардович. - Санкт-Петербург : Триз-Шанс : Бизнес-Пресса, 2007. - 406 с. - ISBN 5-8110-0114-2 : 266-00.
2. Инновационные технологии рекламы и PR : II Всероссийская научно-практическая конференция "Инновационные технологии рекламы и PR". - Чита : ЗабГУ, 2014. - 76 с. - ISBN 978-5-9293-0973-1 : 64-00.
3. Кутлалиев, Асхат. Эффективность рекламы / Кутлалиев Асхат, Попов Алексей. - Москва : Эксмо, 2005. - 416с. - (Профессиональные издания для бизнеса). - ISBN 5-699-10796-7 : 260-00.
4. Рекламный дискурс и рекламный текст : моногр. - Москва : Флинта, 2011 : Наука. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-1112-5. - ISBN 978-5-02-037667-0 : 262-30.
5. Кутлалиев, Асхат. Эффективность рекламы / Кутлалиев Асхат, Попов Алексей. - Москва : Эксмо, 2006. - 416с. - (Профессиональные издания для бизнеса). - ISBN 5-699-10796-7 : 380-00.

#### **6.2.2. Издания из ЭБС**

### **6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121. [www.trmost.ru](http://www.trmost.ru)  
 ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28. [www.e.lanbook.ru](http://www.e.lanbook.ru)  
 ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27. [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)  
 ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12. [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)  
 ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; Договор № 204-11/15/223/16-7  
[www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.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. 10-6.

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.

Комплект мобильного оборудования, который организован в виде мобильного передвижного многофункционального комплекса (устанавливается в аудитории по заявке преподавателя): ноутбук, мультимедийный проектор и др.

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.

## **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: Гольберт Андрей Викторович, старший преподаватель кафедры журналистики и связей с общественностью

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