

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.24.Коммуникативные основы брендинга

на 216 часа(ов), 6 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:

Курс «Коммуникативные основы брендинга» дает базовые теоретические знания и формирует практические навыки по брендингу, как элементу информационно-коммуникативной деятельности. Дисциплина помогает в развитии компетенций для выработки профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами. Это поможет в дальнейшем студентам успешно разрабатывать конкурентноспособные торговые марки, выводить их на рынок и успешно поддерживать имидж и репутацию бренда во время всего жизненного цикла товара.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) Сформировать представление о коммуникативной сущности бренда;
- 2) Познакомить с принципами формирования бренда;
- 3) Сформировать представление о методах применения бренда в информационном пространстве;
- 4) Выработать профессиональный язык, через освоение основных понятий, терминов и концепций в сфере брендинга.

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 6 зачетных(ые) единиц(ы), 216 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам		Всего часов
	7 семестр	8 семестр	
Общая трудоемкость			216
Аудиторные занятия, в т.ч.	46	46	92
лекционные (ЛК)	23	23	46
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	23	23	46
лабораторные (ЛР)	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	44	44	88
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-1	способность принимать участие в управлении 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	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
ПК-3	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-13	способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК-16	способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
	Пороговый: 1) Содержание основных понятий и терминов брендинга; 2) Структуру и основное содержание понятия бренд; 3) Содержание и функции бренд-бука; 4) Структуру, виды, средства, формы и методы массовых коммуникаций в рыночной среде; 5) Функции, цели, структуру, особенности подготовки рекламных кампаний и мероприятий.

Знать	Стандартный: 1) Профессиональные стандарты работы; 2) Содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций и место в них брендинга; 3) Принципы и технологии создания материалов разной целевой направленности; 4) Теорию массовой коммуникации, в том числе в рамках разработки и управления брендом.
	Эталонный: 1) Историю эволюции взглядов на брендинг; 2) Особенности применения на практике моделей разработки бренда; 3) Актуальные проблемы и тенденции развития рынка; 4) Принципы работы со сторонними исполнителями; 5) Различные методы работы с аудиториями в брендинге.
Уметь	Пороговый: 1) Находить необходимые источники информации и уверенно ориентироваться в информационной среде; 2) Выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; 3) Выбирать типы и виды рекламной продукции с учетом конкретных задач кампании и мероприятия.
	Стандартный: 1) Уверенно взаимодействовать с другими участниками брендпроизводства и ориентироваться в коммуникационно-рекламной среде; 2) Анализировать экономические показатели деятельности фирмы и организации; 3) Искать, анализировать, обобщать и систематизировать передовые достижения в области работы.
	Эталонный: 1) Определять PR-стратегию развития бренда организации; 2) Применять инструментальный и технологический связи с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению бренда организации; 3) Провести обзор публикаций в различных СМИ, дать им оценку; документально оформить отношения с государственными органами; 4) Навыками создания материалов для массмедиа с использованием различных приемов и методов.

Владеть	Пороговый: 1) Навыками изучения целевых групп общественности организации в зависимости от ее специфики, целей и задач управления брендом; 2) Основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественностью; 3) Создавать продукцию, планировать кампанию и мероприятие с использованием инновационных подходов.
	Стандартный: 1) Способностью осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; 2) Методиками оценки эффективности корпоративной культуры, результатов брендинга и репутационного менеджмента; 3) Навыками психологического исследования массовых коммуникаций, психологического анализа и экспертной оценки рекламных и PR-текстов; 4) Социальными и профессиональными ролями специалиста.
	Эталонный: 1) Способностью проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок с помощью бренда; 2) Критическим мышлением; 3) Быть способным к деятельности в команде, участвуя в разработке концепции бренда, в том числе управляя полным циклом разработки.

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	Коммуникативная сущность бренда	20	4	6		10
2	2	Принципы формирования бренда	24	6	6		12
3	3	Методы и технологии формирования бренда	24	6	6		12
4	4	Коммуникативные особенности крупнейших брендов	22	6	6		10
5	5	Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом	22	6	6		10
6	6	Этапы разработки бренда	24	6	6		12
7	7	Ребрендинг	24	6	6		12

8	8	Применение бренда в коммуникативном пространстве	20	6	4		10
Итого			180	46	46	0	88

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Тема. Коммуникативная сущность бренда. Понятие бренда. Основные атрибуты и содержание бренда. Типы брендов. Функции бренда.
2	2	Тема. Принципы формирования бренда. Бренд в системе «имидж-бренд-репутация». Цели и задачи создания бренда. Структура и архитектура бренда.
3	3	Тема. Методы и технологии формирования бренда. Философия бренда. Разработка идентичности бренда. Психологические методы разработки и мифологизация бренда.
4	4	Тема. Коммуникативные особенности крупнейших брендов. История возникновения и мифологизация крупнейших брендов. Основные коммуникации и каналы распространения. «Посыл» и «отклик».
5	5	Тема. Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом. Стратегические задачи управления брендом. Методики анализа и изучения рынка. Платформа бренда.
6	6	Тема. Этапы разработки бренда. Этапы подготовки, разработки и продвижения бренда. Бриф. Нейминг. Принципы разработки логотипов.
7	7	Тема. Ребрендинг. Цели и задачи ребрендинга. Внутренний анализ состояния. Анализ рынка и конкурентов. Типичные ошибки при ребрендинге.
8	8	Тема. Применение бренда в коммуникативном пространстве. Коммерческие возможности бренда. Основные коммуникации известных брендов.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Объективированные и содержательные признаки (атрибуты) бренда.
2	2	Структура и архитектура бренда.
3	3	Формы существования бренда и их основные особенности. Каннибализм бренда. Зонтичный бренд. Марочное семейство.
4	4	Цели разработки бренда. Примеры крупнейших брендов и анализ их целей.
5	5	Анализ реализованных проектов.
6	6	Особенности разработки брифов.
7	7	Актуализация и ребрендинг крупных компаний – как это было?
8	8	Продвижение бренда.

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	Мировые бренды. История.	Подготовка докладов.
2	2	Структурные и архитектурные элементы бренда.	Разработка обобщающей структурной схемы.
3	3	Технологии брендинга.	Подготовка докладов.
4	4	Особенности внешней коммуникации «бренд-потребитель».	Подготовка интерактивной презентации «Анализ атрибутов крупнейших брендов».
5	5	Методики анализа рынка.	Подготовка докладов.
6	6	Собственный маркетинговый бренд.	Выполнение проектных заданий в групповой форме «Разработка бренда» по внутренним разработанным брифам.
7	7	Анализ и обоснование ребрендинга.	Проектирование творческой групповой работы «Ребрендинг известной компании. Цель, проект реализации, возможные результаты».
8	8	Разработка индивидуального бренда	Творческий проект.

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	семинар	Игра «Крокодил» по крупнейшим брендам России и зарубежья.	2
2	2	семинар	Электронные презентации на тему «Цели разработки бренда. Примеры крупнейших брендов и анализ целей их создания».	2
3	3	лекция	Лекция-диалог «Мифологизация бренда. Как это происходит?»	2
4	4	семинар	Презентация-анализ крупных мировых брендов.	2
5	5	семинар	Кейс-задачи «Разбор ситуационных задач реализации проектов».	2
6	6	семинар	Ролевая игра «Как оценить идею? Опыт составления брифов».	2

7	7	семинар	Мастер-класс «Актуализация бренда и ребрендинг».	2
8	8	семинар	Защита разработанных проектов «Индивидуальный бренд».	4

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. Монич, И.П. Маркетинг : учеб. пособие / И. П. Монич. - Чита : ЗабГУ, 2014. - 124 с. - ISBN 978-5-9293-1215-1 : 124-00.
2. 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.
3. Рожков, Игорь Яковлевич. Имиджи Китая в контексте PR и рекламы : учеб. пособие / Рожков Игорь Яковлевич. - Москва : МГИМО, 2006. - 60 с. - ISBN 5-9228-0248-8 : 206-25.
4. 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.
5. Павлова, Вера Степановна. Коммуникативный и экономический потенциал бренда : моногр. / Павлова Вера Степановна, Топоркова Елена Павловна, Чеботарев Владимир Евгеньевич. - Чита : ЗабГУ, 2012. - 153 с. - ISBN 978-5-9293-0778-0 : 103-00.

6.1.2. Издания из ЭБС

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Марков, Самуил. PR в России больше, чем PR. Технологии, версии, слухи / Марков Самуил. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2005. - 432с. - ISBN 5-222-05986-3 : 101-00.
2. 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.
3. Райс, Эл. Расцвет PR и упадок рекламы / Райс Эл, Райс Лора; пер. с англ. Т. Китаиновой. - Москва : АСТ, 2007. - 313с. - ISBN 978-5-17-043834-1 : 233-00.
4. Бочаров, Михаил Петрович. Записки PRофессора. Публикации, выступления, интервью / Бочаров Михаил Петрович. - Москва : Дело, 2009. - 216 с. - ISBN 978-5-7749-0555-3 : 563-89.
5. Лиханова, Виктория Валерьевна. Реклама в туризме : учеб. пособие / Лиханова Виктория Валерьевна. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 172 с. - ISBN 978-5-9293-1458-2 : 172-00.

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
 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

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. 10-11.

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. 10-17а.

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.

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 игра, круглый стол и т.д.).

Выделяется особая форма семинарского занятия – семинар-дискуссия. Различают следующие разновидности семинара-дискуссии:

1. По объему охватываемого материала:

- фрагментарные дискуссии («мини-дискуссии») (предназначенные для обсуждения какого-то конкретного вопроса и занимающие, как правило, определенную часть занятия);

- развернутые дискуссии (посвященные изучению раздела (темы) в целом, охватывающие одно или несколько занятий);

2. По реальности существования участников:

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

Организация дискуссии предполагает последовательность определенных этапов:

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

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

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

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

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

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 активности 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: Назмеева Александра Игоревна, старший преподаватель кафедры журналистики и связей с общественностью

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