

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.25.Теория и практика создания имиджа

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:

Овладение студентами технологиями имидж-моделирования определённой личности, товара, услуги, организации, города, территории.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить студентов с основными категориями, понятиями имиджа и имиджелогии как науки, современными представлениями об имидже, его роли и значимости для специалистов сферы PR и рекламы;
- познакомить студентов с основными подходами и приёмами в технологии создания личностного и группового имиджа, а также имиджа товара предприятия, города, территории и личностного имиджа, а также со спецификой психологических, социологических, этических, творческих аспектов имиджа.
- формирование у обучающихся способности оценивать текущую ситуацию, цели конкретного лица, организации и использовать их потенциал для создания позитивного имиджа в глазах общественности.

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)	КР		

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) основные категории и понятия имиджмейкинга, типы и функции имиджа; 2) основные подходы к разработке имиджа, технологии имиджмейкинга; 3) методы по продвижению фирмы, товара, услуги или конкретного лица;
	Стандартный: 1) методы оценки качества имиджа; 2) алгоритм планирования и проведения рекламных кампаний, направленный на повышение позитивного имиджа; 3) способы коррекции имиджевых характеристик;

	Эталонный: 1) методы оценивания эффективности проведенной рекламной кампании; 2) способы коррекции общественного мнения по отношению к конкретному лицу, организации, товару или услуге с целью формирования позитивного имиджа; 3) основные принципы работы со СМИ, способы выстраивания доброжелательных отношений со СМИ в целях формирования позитивного имиджа;
Уметь	Пороговый: 1) целенаправленно пользоваться терминологией имиджмейкинга на практике; 2) применять основные подходы к разработке имиджа, технологии имиджмейкинга; 3) использовать на практике методы по продвижению фирмы, товара, услуги или конкретного лица с учётом особенностей времени, места и целевой аудитории;
	Стандартный: 1) проводить оценку качества сформированного имиджа; 2) планировать свою профессиональную деятельность, рекламную и PR кампании с целью наиболее эффективного продвижения; 3) применять корректирующие действия в случае необходимости изменения общественного мнения к конкретному лицу, компании, товару или услуге с учетом всех требований целевой аудитории и целей субъекта PR;
	Эталонный: 1) составлять имидж-карту личности, группе, услуге, товару, организации; модель требуемого имиджа; выделять особенности формирования имиджа объекта в разных областях жизнедеятельности; 2) применять инструментарий исследования имиджа: анкетирование, самоопрос, тестирование; 3) осуществлять анализ эффективности проведенной рекламной и PR кампании, делать соответствующие выводы и вносить предложения по дальнейшему продвижению; 4) прогнозировать возможное общественное мнение целевой аудитории и СМИ к проводимой рекламной и PR кампании субъекта PR, в случае необходимости уметь корректировать план по продвижению с учетом возможных рисков в виде негативного восприятия общественности и полного отвержения сформированного имиджа;
	Пороговый: 1) методами самоуправления и самокоррекции, умением перестроения своих планов в стрессовых ситуациях; 2) технологиями наиболее эффективного создания, апробации, коррекции и внедрения имиджа с учётом всех поставленных руководством задач, ожиданиями целевой аудитории и СМИ в независимости от существующих рисков; 3) навыками по психологической подготовке субъекта PR к выступлениям на публичных мероприятиях, а также знаниями делового этикета;

Владеть	Стандартный: 1) на хорошем уровне приемами формирования индивидуального имиджа клиента повседневного, делового и политического; 2) способностью к глубокому анализу основных этапов формирования позитивного имиджа: самоимиджа, перцептивного и требуемого имиджа; 3) на профессиональном уровне владеть ораторским мастерством и искусством самопрезентации;
	Эталонный: 1) на высочайшем уровне знаниями по формированию всех видов имиджей: личностного, делового, политического, на практике применять эти знания наиболее эффективным способом с учетом психологических особенностей целевой аудитории, СМИ и всей общественности в целом; 2) способностью проводить разнообразные тематические тренинги по самопрезентации, деловому этикету, ораторскому искусству; 3) на высоком профессиональном уровне методами, технологиями проведения рекламных и PR кампаний краткосрочного и длительного периода в независимости от специфики отрасли продвижения, периода и сезонности проведения кампании и территории, где она осуществляется; 4) на высоком уровне способами оценки эффективности качества сформированного имиджа, прогнозирование возможного общественного отклика на него, методами наиболее эффективной и актуальной корректировки имиджа; 5) умением долгосрочного планирования всех действий по продвижению с учетом рисков с запланированными выходами из возможных негативных ситуаций (знания антикризисного поведения).

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	Введение в имиджологию. Понятие имидж. Имидж как Психологическая PR-категория. Цели, задачи, функции имиджа.	22	6	4		12
2	2	Имидж в системе коммуникации. Имидж и его значение в современном мире. Анализ существующих имидж-технологий. Особенности работы имиджмейкера с клиентом.	22	4	6		12
3	3	Типы и виды имиджа (индивидуальный, корпоративный, политический). Методы формирования имиджа. Основные принципы и подходы в создании и преобразовании имиджей.	24	6	6		12

4	4	«Я-концепция» как совокупность установок, направленных на самого себя. Внешние данные личности. Физиогномические и кинетические особенности формирования индивидуального имиджа.	22	6	6		10
5	5	Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль». Психологическая теория цветовой гармонии. Функции языка одежды. Диагностика личности по одежде	22	6	6		10
6	6	Искусство самопрезентации. Мотивы, визуальные и аудиальные средства самопрезентации. Индивидуальные свойства и задатки, гендерные особенности самопрезентации. Условия и факторы эффективной самопрезентации. Персональное резюме	22	6	6		10
7	7	Имидж бренда. Бренд и имидж как взаимосвязанные единицы на этапе продвижения. Особенности формирования имиджа бренда. Бренд как механика имидж – рекламы.	24	6	6		12
8	8	Технология формирования имиджа города и региона. Подходы к анализу и формированию имиджа города. Маркетинг имиджа территорий	22	6	6		10
Итого			180	46	46	0	88

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Понятие имидж. Имидж как психологическая PR-категория.
2	2	Имидж и его значение в современном мире. Анализ существующих имидж-технологий. Психология имиджа.
3	3	Индивидуальный имидж. Корпоративный имидж. Политический имидж. Особенности построения.
4	4	Я-концепция личности в имидже как совокупность установок, направленных на самого себя.

5	5	Сравнительная характеристика понятий «имидж» и «стиль». Психологическая теория цветовой гармонии.
6	6	Понятие самопрезентации как формы имиджирования. Индивидуальные свойства и задатки, гендерные особенности самопрезентации. Условия и факторы эффективной самопрезентации.
7	7	Бренд и имидж как на этапе продвижения. Стратегии, особенности формирования имиджа бренда.
8	8	Понятие «имидж города». Понятие «маркетинг города». Подходы к анализу и формированию имиджа и маркетинга территории.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Истоки зарождения и предпосылки развития имиджологии как теории и практики создания имиджей. Цели, задачи, функции имиджа.
2	2	Особенности работы имиджмейкера с клиентом в различных сферах деятельности.
3	3	Основные принципы и подходы в создании и преобразовании имиджей. Примеры удачных и неудачных имиджей.
4	4	Внешние данные личности. Физиогномические и кинетические особенности формирования индивидуального имиджа.
5	5	Функции языка одежды, деловой этикет при формировании делового имиджа.
6	6	Мотивы, визуальные и аудиальные средства самопрезентации. Способы заочной самопрезентации.

7	7	Примеры успешных брендов с идеальным имиджем. Способы оценки эффективности имиджа бренда
8	8	Маркетинг привлекательности. Маркетинг имиджа. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения.

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	Место имиджологии в системе научных знаний. Тенденции и перспективы развития имиджологии в России и зарубежом.	Составление опорного конспекта
		Прикладное назначение имиджологии. Интегративность понятия имидж.	Подготовка сообщения
2	2	Особенности работы имиджмейкера с клиентом.	Подготовка сообщения
3	3	Удачный и неудачный политический имидж на примере региона, страны, мира	Творческое задание с медиапрезентации
4	4	Особенность формирования индивидуального имиджа	Написание эссе
		Диагностика личности по одежде	Подготовка сообщения
5	5	Правила этикета при формировании имиджа.	Составление опорного конспекта по книге И. Хакамада «В предвкушении себя. От имиджа к стилю»
6	6	Персональное резюме – самопрезентация	Написание эссе (самопрезентация своего имиджа). Кейс-задачи
		Роль речи в формировании имиджа. Основные характеристики речи. Техники речевого воздействия.	Подготовка сообщения. Ролевая игра
7	7	Фирменный стиль как средство создания имиджа.	Подготовка сообщения

8	8	Бренд-имидж компании. Имидж города, края, страны	Творческое задание с медиапрезентацией
---	---	--	--

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	ЛК ПЗ	лекция с использованием презентаций, лекция-диалог; учебная дискуссия	4
2	2	ЛК ПЗ	лекция с использованием мультимедиа, лекция-диалог; работа с кейсом по теме «Имидж разных профессий»	4
3	3	ЛК ПЗ	лекция с использованием мультимедиа; круглый стол	4
4	4	ЛК ПЗ	лекция с использованием презентации, лекция-диалог; учебная дискуссия	4
5	5	ЛК ПЗ	тренинг по правилам этикета; ролевая игра по отработке делового этикета	4
6	6	ЛК ПЗ	лекция с использованием презентации; учебная дискуссия	4
7	7	ЛК ПЗ	лекция с использованием мультимедиа; ситуационные задачи	4
8	8	ЛК ПЗ	лекция с использованием мультимедиа; круглый стол	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. Горчакова, Валентина Григорьевна. Имидж. Искусство и реальность : учеб. пособие / Горчакова Валентина Григорьевна. - Москва : Юнити, 2010. - 279 с. - ISBN 978-5-238-01930-7 : 292-80.
2. Панасюк, Александр Юрьевич. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / Панасюк Александр Юрьевич. - Москва : Омега-Л, 2007. - 266с. - ISBN 5-370-00028-X : 215-00.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Селезнева, Лариса Васильевна. Подготовка рекламного и рг-текста : Учебное пособие / Селезнева Лариса Васильевна; Селезнева Л.В. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 159. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-04084-5 : 55.69. Чумиков А. Н. Медиарилейшнз. [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. М. : Аспект Пресс, 2014.
2. Чумиков, Александр Николаевич (д-р полит. наук, проф.). Медиарилейшнз [Текст] / Чумиков Александр Николаевич; А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. : ил. - (Современные технологии PR. Мастер-класс). - Допущено Учебно-методическим объединением вузов Российской Федерации по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью». - Библиогр.: с. 184. - ISBN 978-5-7567-0715-1.
3. Коноваленко, Марина Юрьевна. Психология рекламы и рг : 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.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Папкина, Ольга Викторовна. Связи с общественностью : учеб. пособие / Папкина, Ольга Викторовна. - Москва : Академия, 2010. - 112 с. - (Высшее профессиональное образование). - ISBN 978-5-7695-6554-0 : 184-80.
2. Данилова, Анна Александровна. Манипулирование словом в средствах массовой информации / Данилова Анна Александровна. - 2-е изд. - Москва : КДУ, 2011 : Добросвет. - 232с. - ISBN 978-5-98227-768-8 : 209-00.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 «Журналистика» и специальности 030601 «Журналистика» для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 «Журналистика» для ФГОС. - ISBN 978-5-7567-0724-3.
2. 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. - 299. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00.
3. 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.

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: Gimp 2, Adobe Photoshop, Corel Draw, Adobe In Design, Adobe Lightroom, Adobe Audition, Adobe Flash

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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. 10-37.

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.

Материально техническое оснащение аудитории (не закрепленное за конкретной учебной аудиторией)

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

ПК – 29 шт. (в т.ч. преподавательский).

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

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.

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

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

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