

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.26.Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью

на 360 часа(ов), 10 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:

Целью изучения дисциплины является обучение основным знаниям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах. Также в рамках изучения дисциплины студенты знакомятся с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных и PR-кампаний.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о целях и задачах коммуникационных кампаний, проводимых PR-специалистами;
- обучить студентов основным правилам подготовки и проведения коммуникационных кампаний;
- ознакомить с видами PR-кампаний в коммерческом и некоммерческом секторах;
- дать практические рекомендации по проведению коммуникационных кампаний в сфере PR.

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 10 зачетных(ые) единиц(ы), 360 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам			Всего часов
	5 семестр	6 семестр	7 семестр	
Общая трудоемкость				360
Аудиторные занятия, в т.ч.	50	46	50	146
лекционные (ЛК)	30	28	30	88
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	20	18	20	58
лабораторные (ЛР)	0	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	48	46	48	142
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	Зачет	Экзамен	72
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
ОПК-4	умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-5	умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
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

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: – типологию коммуникационных кампаний, их цели и специфику проведения; – технологии подготовки и проведения PR- и маркетинговых коммуникационных кампаний;
	Стандартный: – типы стратегий и тактических планирований коммуникационных кампаний; – практические и теоретические принципы организации и реализации кампаний в области коммерческого, политического и социального PR;
	Эталонный: – механизмы планирования и проведения политических кампаний; – критерии оценки эффективности коммуникационных кампаний.

Уметь	Пороговый: – использовать технологии проведения социологических и маркетинговых исследований; – различать модели PR-кампаний;
	Стандартный: – осуществлять стратегическое и тактическое планирование коммуникационной кампании; – применять коммуникативные приемы и информационные технологии для проведения кампаний и мероприятий в сфере PR;
	Эталонный: – проводить SWOT- и контент-анализ проведенной кампании или мероприятия; – оценивать эффективность проведенной коммуникационной кампании.
Владеть	Пороговый: – основными навыками работы в пресс-службах, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; – традиционными технологиями профессиональной деятельности;
	Стандартный: – навыками формирования планово-проектного подхода к коммуникационным программам; – современными технологиями профессиональной деятельности;
	Эталонный: – технологиями тактического планирования (календарно-бюджетное планирование, аудиторное планирование, медиапланирование); – технологиями конструирования имиджа и репутации.

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	Основные типы и виды коммуникационных кампаний.	14	4	2		8
	2	Типы кампаний в сфере связей с общественностью.	16	6	2		8

2	3	Основные этапы организации и проведения PR-кампаний.	18	6	4		8
	4	Планирование и бюджетирование кампаний по связям с общественностью	20	6	4		10
3	5	Основные технологии PR-кампаний.	20	6	4		10
	6	Антикризисные кампании.	14	2	4		8
4	7	Мотивационные кампании.	18	6	2		10
	8	Политические кампании.	20	6	4		10
5	9	Стратегия PR-кампаний.	16	4	4		8
	10	Собственные мероприятия и мероприятия сторонних организаций.	20	6	4		10
6	11	Маркетинговые мероприятия в коммуникационных кампаниях.	18	6	4		8
	12	PR-кампании в рамках развития бренда.	18	6	4		8
7	13	Медиа-аспект в подготовке и проведении PR-кампаний.	20	6	4		10
	14	Завершение PR-кампаний.	18	6	4		8
8	15	Оценка эффективности PR-кампаний.	20	6	4		10
	16	Влияние PR-кампаний на имидж, репутацию и развитие организации.	18	6	4		8
Итого			288	88	58	0	142

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Понятие информационного поля. Сценография информационных поводов. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Виды информирования, Особенности проведения информационных кампаний в регионах. PR-кампании в системе коммуникаций.
	2	Понятие «PR-проект». Цели и задачи PR- кампаний. Основные субъекты и объекты PR- кампаний.

2	3	Общие принципы организации и проведения PR-кампаний. Цели и задачи. Команда. Организационные и материально-технические основы проведения кампании по связям с общественностью. Основные этапы.
	4	Проблема выбора PR-агентства и его критерии. Аутсорсинг: достоинства и недостатки. Планирование. Этапы планирования.
3	5	Проблема организации специальных событий и коммуникаций. Конференции и пресс-конференции: цели и задачи, особенности организации и проведения. Работа со СМИ.
	6	Особенности проведения антикризисных кампаний в связях с общественностью.
4	7	Классификация мотивационных кампаний. Особенности подготовки и проведения мотивационных кампаний.
	8	Концепция, модели, векторы развития и последствия политических кампаний.
5	9	Стратегия PR-кампании, ее представление заказчику. Творческий аспект стратегии. Разработка содержательной и эстетической части текста. Ожидаемый резонанс, способы прогнозирования вариантов поведения целевых групп.
	10	Виды мероприятий в зависимости от степени участия организации.
6	11	Виды и типы маркетинговых стратегий. Инструментарий маркетинга в PR. Маркетинговые мероприятия в рамках проведения PR-кампании.
	12	Коммуникационное поле бренда. Выбор правильной стратегии кампании в зависимости от цели в рамках развития бренда.
7	13	Формы работы со СМИ. Особенности организации и работы пресс-центра. СМИ как целевая аудитория PR- кампаний. Понятие информационного поля кампании.

	14	Стандарты измерения и оценка эффективности связей с общественностью.
8	15	Мониторинг эффективности мероприятия. Критерии эффективности PR-кампании.
	16	Методы имиджирования и репутационного менеджмента.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Классификация коммуникационных кампаний, их особенности. Тактика координации информационных процессов.
	2	Порядок организации и распределения информационных потоков.
2	3	Реализация кампании по связям с общественностью. Подведение итогов кампании: мониторинг СМИ, клиппинг.
	4	Связь стратегического планирования, годового и квартального бизнес-планирования и планирования PR-кампаний. Бюджетирование кампаний в СО.
3	5	Коммуникативные приемы и современные информационные технологии. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов.
	6	Виды кризисов и способы их разрешения с точки зрения PR.
4	7	Позиционирование, целевая аудитория, способы воздействия на ЦА во время подготовки и проведения мотивационных кампаний.

	8	Инновации и новые технологии в подготовке и проведении политических кампаний. Влияние информационных технологий на выбор средств и аудитории политических коммуникационных кампаний.
5	9	Технологии организации и проведения коммуникационных кампаний по созданию и поддержанию корпоративной культуры для внутренних и внешних клиентов.
	10	Собственные мероприятия, мероприятия, проводимые совместно с другими организациями, мероприятия, проводимые сторонними организациями: их преимущества и недостатки.
6	11	Выбор маркетинговой стратегии при планировании PR-кампаний. Инструменты маркетинга, релевантные цели проведения кампании и выбранной стратегической цели.
	12	Обязательные элементы PR-кампании продвижения бренда.
7	13	Медиа-аспект стратегии PR-кампании. Медиа-карта, ее продуктивное использование. Виды данных и показатели, используемые в медиапланировании. Медиа-обсчет, его основные параметры.
	14	Основные элементы заключительного этапа проведения PR-кампании: написание отчета, пресс-клиппинг, оценка эффективности, оценка перспектив дальнейшей деятельности.
8	15	Информационный маркетинг и коммуникационный аудит. Стандарты измерения и оценка эффективности связей с общественностью.
	16	Методы измерения отношения целевой аудитории после проведения PR-кампании. Лояльность аудитории.

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	Понятие ключевой ☐ и целевой ☐ аудитории. Базы данных, их источники и способы формирования.	Работа с электронными и образовательными ресурсами
1	2	PR-бриф, постановка целей ☐ и задач, общая концепция кампании, определение ключевых проблем ☐ и профилей целевых аудиторий.	Творческое задание
2	3	Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации.	Конспект тематический
2	4	Бизнес-план как важнейшая ☐ часть планирования. Долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное, текущее и оперативное планирование. Тактическое планирование.	Работа с электронными и образовательными ресурсами
3	5	Конкурсы и фестивали. Презентации. Церемония открытия. Организация и проведение круглых семинаров.	Кейс-технологии
3	6	Принципы проведения антикризисных кампаний.	Конспект тематический
4	7	Разработка мотивационной кампании.	Творческое задание
4	8	Обратная связь в политической коммуникации.	Подготовка сообщения к круглому столу, дискуссии
5	9	Промо-акции в системе PR-кампании. ☐ Специфика выставочно-экспозиционной деятельности в рамках коммуникационных кампаний. ☐ Участие в выставке. ☐ Выставка как PR-технология. Особенности подготовки, организации и проведения выставки.	Творческое задание
5	10	Стандартизация принятия решений ☐ о включении мероприятия в PR-кампанию.	Подготовка сообщения к круглому столу, дискуссии
6	11	Эффективная маркетинговая стратегия в рамках проведения коммуникационной кампании.	Кейс-технологии
6	12	PR-кампания в рамках развития бренда.	Творческое задание
7	13	PR-текст. Коммуникационные кампании для СМИ (пресс-туры, конкурсы и проч.).	Кейс-технологии

7	14	Закрепление результатов мероприятия в кампании по связям с общественностью. "Follow-up". Подготовка отчета.	Работа с электронными и образовательными ресурсами
8	15	Сравнительный анализ рекламных и PR-кампаний.	Сообщение, доклад, презентация
8	16	PR-кампании, оказавшие существенный эффект на развитие бизнеса.	Подготовка сообщения к круглому столу, дискуссии

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1,2	Лекция, практическое занятие, СРС	Лекции с использованием презентаций; деловые и ролевые игры; кейс-технологии	8
2	3,4	Практические занятия, СРС	Работа с электронными образовательными ресурсами; круглый стол, полемика, дискуссия	6
3	5,6	Практические занятия, СРС	Кейс-технологии; круглый стол, полемика, дискуссия	4
4	7,8	Лекция, практическое занятие, СРС	Лекции с использованием презентаций; круглый стол, полемика, дискуссия	8
5	9,10	Практические занятия, СРС	Кейс-технологии; работа с электронными образовательными ресурсами	4
6	11,12	Лекция, практическое занятие, СРС	Лекции с использованием презентаций; деловые и ролевые игры; кейс-технологии	6
7	13,14	Практические занятия, СРС	Круглый стол, полемика, дискуссия; работа с электронными образовательными ресурсами	4
8	15,16	Лекция, практическое занятие, СРС	Интерактивные лекции с использованием мультимедиа; деловые и ролевые игры; кейс-технологии	6

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

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика : учеб. пособие / Данилина Варвара Викторовна [и др.]; под ред. Л.В. Минаевой. - Москва : Аспект Пресс, 2008. - 288 с. - ISBN 978-5-7567-0422-8 : 311-52.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков; Чумиков А.Н. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - ISBN 978-5-7567-0749-6.
2. Связи с общественностью [Текст] : : учебное пособие для вузов / Ф. С. Эркенова [и др.]; [С. А. Шомова и др.]; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 198 с. : ил. - Авт. указаны на обороте тит. л. - Библиогр.: с. 197-198. - ISBN 978-5-7567-0598-0.
3. Вирен, Георгий Валентинович. Современные медиа / Вирен Георгий Валентинович; Георгий Вирен. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 125, [1] с. ; 22. - Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебного пособия 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. - На 4-й с. обл. авт.: Вирен Г.В., засл. работник культуры Рос. Федерации, к.филол.н., проф. - Библиогр. в конце кн. и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-7567-0701-4.
4. Евгеньева, Татьяна Васильевна. Психология массовой политической коммуникации : Учебник и практикум / Евгеньева Татьяна Васильевна; Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 300. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / под ред. А.П. Ситникова и др. - Москва : ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2002. - 310 с. - (Современные консалтинговые технологии). - ISBN 5-94369-008-5. - ISBN 5-16-000929-9 : 230-00.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Чумиков, А. Н. Переговоры - фасилитация - медиация: Учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков; Чумиков А.Н. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - ISBN 978-5-7567-0738-0.
2. Тertychnyy, A. A. Аналитическая журналистика : учеб. / А. А. Тertychnyy; А. А. Тertychnyy. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 352 с. - ISBN 978-5-7567-0555-3.
3. Правовые и этические нормы в журналистике. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - ISBN 978-5-7567-0648-2.
4. Коноваленко, Марина Юрьевна. Психология рекламы и пр : Учебник / Коноваленко Марина Юрьевна; Коноваленко М.Ю., Ясин М.И. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 391. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00765-7 : 147.42.

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 "МераПро".

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

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