

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.32.Основы медиапланирования

на 108 часа(ов), 3 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:

Дать полные знания о роли и сущности медиапланирования, его предназначении в пиар-работе и рекламной деятельности, определить его место в планировании рекламной кампании, чётко сформулировать требования составления медиаплана, то есть сбор данных, определение целевых рынков, работа с различными СМИ, а также научиться определять основные показатели, определяющие эффективность рекламной кампании.

Задачи изучения дисциплины:

Научить системе медиапланирования и определить его этапность, то есть знать, что из себя представляют:

- Алгоритмы составления медиаплана;
- Принципы медиапланирования для наружной рекламы, печати, телевидения, радио и Интернета;
- Анализ маркетингового мероприятия;
- Структура потребительского трейд-маркетинга как эффективной рекламной технологии.

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 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	4 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	51	51
лекционные (ЛК)	17	17
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	34	34
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	57	57
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
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-4	Владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК-5	Способность реализовывать проекты и владением методами их реализации

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) Что такое медиаплан и система маркетинговых мероприятий. 2) Сущность медиапланирования и алгоритм составления медиаплана.
	Стандартный: 1) Принципы медиапланирования для наружной рекламы, телевидения и радио. Анализ маркетингового мероприятия. 2) Структуру потребительского трейд-маркетинга как эффективной рекламной технологии.
	Эталонный: 1) Систему медиапланирования: выбор оптимальных каналов размещения рекламы, проводимый с целью достижения максимальной эффективности рекламной кампании. Основные составляющие медиапланирования. 2) В чём состоит разработка эффективной рекламной кампании в организации
	Пороговый: 1) Правильно выбрать каналы рекламной коммуникации, определить этапы процесса медиапланирования, принципы использования основных рекламных медиа. 2) Верно спрогнозировать отношение потребителей к рекламной информации. Определить неформальные вербальные маркетинговые коммуникации как способ усилить эффект от рекламной кампании.

Уметь	Стандартный: 1) Выбрать оптимальные каналы размещения рекламы с целью достижения максимальной эффективности рекламной кампании. 2) Определить основные составляющие медиапланирования и способы размещения рекламы в средствах массовой информации.
	Эталонный: 1) Правильно определить и спрогнозировать эффективность рекламной кампании. 2) Провести анализ целевой аудитории рынка и выбор средств рекламы и критерии медиапланирования.
Владеть	Пороговый: 1) Маркетинговыми приёмами в области основных характеристик печатных изданий: тираж, рейтинг, объем реализации презентация. 2) Анализом причин снижения эффективности массовой рекламы на телевидении и радио.
	Стандартный: 1) Подготовкой рекламы для электронных средств массовой информации и организация работы с ними. 2) Умением использовать достоинства и недостатки радио, телевидения и интернета с точки зрения PR, их социальное влияние на жизнь человека.
	Эталонный: 1) Разработкой эффективной рекламной кампании в организации с проведением анализа рынка рекламы. 2) Проектированием эффективной рекламной компании для продвижения на рынок фирменного продукта, составлением рейтинга эффективности рекламы, составлением бюджета рекламы.

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	Понятие медиаплана. Сущность медиапланирования. Система маркетинговых мероприятий	13	2	4		7
	2	Разработка медиаплана. Структура, принципы, основные этапы	13	2	4		7

2	3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Рекламная деятельность как элемент маркетинговых коммуникаций.	13	2	4		7
	4	Планирование рекламной кампании: цели, этапы, стратегия.	13	2	4		7
3	5	Средства массовой информации и носители рекламы. Понятие, сущность, субъекты и особенности функционирования рынка рекламы.	13	2	4		7
	6	Жанры рекламы в средствах массовой информации.	13	2	4		7
4	7	Эффективность рекламной кампании.	13	2	4		7
	8	Разработка эффективной рекламной кампании на предприятии и в организации.	17	3	6		8
Итого			108	17	34	0	57

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Алгоритм составления медиаплана. Принципы медиапланирования для печатных СМИ, наружной рекламы, телевидения и радио. Анализ маркетингового мероприятия. Структура потребительского трейд-маркетинга как эффективной рекламной технологии.
	2	Этапы процесса медиапланирования, принципы использования основных рекламных медиа. Преимущества и недостатки СМИ как каналов рекламы. Основные характеристики изданий: тираж, рейтинг, объем реализации.
2	3	Рекламная деятельность как элемент маркетинговых коммуникаций. Исследование особенностей развития рекламной деятельности на российском рынке. Изучение специфики построения рекламной кампании. Анализ основных видов рекламных средств и критериев их выбора.
	4	Выбор оптимальных каналов размещения рекламы, проводимый с целью достижения максимальной эффективности рекламной кампании. Основные составляющие медиапланирования. Отделы департамента размещения в средствах массовой информации.

3	5	Понятие, сущность, субъекты и особенности функционирования рынка рекламы. Принципы размещения планируемых рекламных сообщений в средствах массовой информации (медиапланировании). Анализ преимуществ и недостатков современных медиаканалов и медианосителей.
	6	Понятие печатной, теле- и радиорекламы, а также Интернет-рекламы как основных видов, их сущность, формы, применение и достоинства. Классификация и сравнение рекламных жанров.
4	7	Характеристика коммерческой деятельности предприятия. Анализ целевой аудитории рынка. Выбор средств рекламы и критерии медиапланирования. Разработка рекламной кампании для предприятия и организации, ее экономическая эффективность.
	8	Анализ рынка рекламы, ее виды. Проект эффективной рекламной кампании по продвижению фирменного продукта. Рейтинг эффективности средств массовой информации, составление бюджета рекламы.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Семинар: «Понятие медиаплана. Сущность медиапланирования. Система маркетинговых мероприятий» 1. Принципы медиапланирования для печатных СМИ, наружной рекламы, телевидения и радио. 2. Анализ маркетингового мероприятия. Структура потребительского трейд-маркетинга как эффективной рекламной технологии.
	2	Семинар: «Разработка медиаплана. Структура, принципы, основные этапы». 1. Этапы процесса медиапланирования, принципы использования основных рекламных медиа. 2. Преимущества и недостатки СМИ как каналов рекламы. 1. Основные характеристики изданий: тираж, рейтинг, объем реализации.

2	3	Семинар: «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций». 1. Рекламная деятельность как элемент маркетинговых коммуникаций. 2. Исследование особенностей развития рекламной деятельности на российском рынке. 3. Изучение специфики построения рекламной кампании. Анализ основных видов рекламных средств и критериев их выбора.
	4	Семинар: «Планирование рекламной кампании: цели, этапы, стратегия». 1. Выбор оптимальных каналов размещения рекламы. 2. Способы достижения максимальной эффективности рекламной кампании. 3. Основные составляющие медиапланирования. Отделы департамента размещения в средствах массовой информации.
3	5	Семинар: «Планирование рекламной кампании: цели, этапы, стратегия». 1. Выбор оптимальных каналов размещения рекламы. 2. Способы достижения максимальной эффективности рекламной кампании. 3. Основные составляющие медиапланирования. Отделы департамента размещения в средствах массовой информации.
	6	Семинар: «Жанры рекламы в средствах массовой информации». 1. Понятие печатной, теле- и радиорекламы, их сущность, формы, применение и достоинства. 2. Интернет-реклама как новый вид рекламы, её функционирование. Классификация и сравнение рекламных жанров.
4	7	Семинар: «Эффективность рекламной кампании» 1. Характеристика коммерческой деятельности предприятия. 2. Анализ целевой аудитории рынка. 3. Выбор средств рекламы и критерии медиапланирования. Разработка рекламной кампании для предприятия и организации, ее экономическая эффективность.
	8	Семинар: «Эффективность рекламной кампании» 1. Характеристика коммерческой деятельности предприятия. 2. Анализ целевой аудитории рынка. 3. Выбор средств рекламы и критерии медиапланирования. Разработка рекламной кампании для предприятия и организации, ее экономическая эффективность.

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	Принципы медиапланирования для печатных СМИ, наружной рекламы, телевидения и радио	Работа со всеми видами СМИ и определения принципов рекламной деятельности.
1	2	Преимущества и недостатки СМИ как каналов рекламы.	Анализ печатных, телевизионных, радиоканалов и выбор оптимального размещения рекламы.
2	3	Исследование особенностей развития рекламной деятельности на российском рынке.	Работа со всеми видами СМИ для достижения поставленной цели.
2	4	Выбор оптимальных каналов размещения рекламы, проводимый с целью достижения максимальной эффективности рекламной кампании.	Целевой анализ оптимального решения для выбора каналов для рекламы.
3	5	Анализ преимуществ и недостатков современных медиаканалов и медианосителей.	Сравнительный анализ всех видов СМИ с точки зрения преимуществ и недостатков для размещения рекламы.
3	6	Классификация и сравнение рекламных жанров.	Составить таблицу классификации рекламных жанров.
4	7	Анализ целевой аудитории рынка. Выбор средств рекламы и критерии медиапланирования.	Проанализировать аудиторию у одного-двух СМИ с точки зрения эффективности рекламы.
4	8	Проект эффективной рекламной компании по продвижению фирменного продукта.	Составить проект рекламной компании для одного предприятия или организации

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	Практическое занятие	Консультация по анализу маркетинговых мероприятий для составления медиаплана.	2
1	2	Практическое занятие	Собеседование по особенностям рекламной кампании.	2
2	3	Практическое занятие	Консультация по проблемам видом и форм рекламы.	2

2	4	Лекция	Опрос студентов по теме.	2
3	5	Лекция	Опрос студентов по теме.	2
3	6	Практическое занятие, СРС	Выполнение письменной работы по медиаплану.	2
4	7	Практическое занятие, СРС	Защита собственного медиаплана по проведению рекламной кампании.	2
4	8	Лекция	Опрос студентов по теме.	2

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

Фонд оценочных средств

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Васильев, Геннадий Анатольевич. Медиапланирование : учеб. пособие / Васильев Геннадий Анатольевич, Романов Андрей Александрович, Поляков Владимир Александрович. - Москва : Вузовский учебник, 2009. - 268 с. - ISBN 978-5-9558-0096-7 : 193-73.
2. Головлева, Елена Леонидовна. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Головлева Елена Леонидовна. - Москва : Академический Проект, 2009 : Деловая книга. - 352 с. - (Фундаментальный учебник). - ISBN 978-5-8291-0999-8. - ISBN 978-5-88687-200-2 : 290-00.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Иншакова, Наталия Григорьевна (канд. филол. наук, доц.). Рекламный и пиар-текст: основы редактирования [Текст] / Иншакова Наталия Григорьевна; Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 254, [2] с. : ил. - Прил.: с. 230-255. - Глоссарий: с. 228-229. - Об авт.: 4 с. обл. - 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. - Библиогр.: с. 226-227 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-7567-0732-8.
2. 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.
3. Сальникова, Л. С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов / Л. С. Сальникова; Сальникова Л.С. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - ISBN 978-5-7567-0766-3.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Богачева, Ольга Сергеевна. Продажа рекламной площади в газете : учеб. пособие / Богачева Ольга Сергеевна. - Москва : Аспект Пресс, 2002. - 139с. - ISBN 5-7567-0257-1 : 66-00.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Уланова, М.А. Интернет-журналистика [Текст] : учеб. пособие для вузов / М. А. Уланова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 236, [1] с. : ил. - Библиогр.: с. 235-237 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-7567-0739-7.
2. Сотникова, Ольга Павловна. Интернет-издание от А до Я [Текст] : : учебное пособие для вузов / Сотникова Ольга Павловна; О. П. Сотникова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 158 с. - Библиогр.: с. 150-153. - ISBN 978-5-7567-0723-6.
3. 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.
4. 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.

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. 10-6.

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 multifunctional 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: Тихомиров Владимир Алексеевич, доцент кафедры журналистики и связей с общественностью

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