

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.В.ДВ.10.2.Планирование и осуществление коммуникационных компаний и мероприятий

на 72 часа(ов), 2 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:

Выработка профессиональных навыков и умений для подготовки, реализации и оценки эффективности кампаний в сфере связей с общественностью.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование представления о целях и задачах кампаний, реализуемых специалистами в области связей с общественностью;
- овладение практическими приемами, технологиями и инструментами планирования и проведения кампаний в сфере СО;
- изучение опыта реализации PR-кампаний в России и за рубежом;
- формирование навыков прогнозирования и анализа полученных результатов.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Вариативная часть учебного плана, дисциплина по выбору

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	7 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	28	28
лекционные (ЛК)	0	0
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	28	28
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	44	44
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-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

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) основные научные подходы к проектированию в рекламе и PR; 2) коммуникативные приемы и современные информационные технологии; 3) передовой отечественный и зарубежный опыт проектирования в сфере рекламы и PR; 4) разновидности проектной документации.
	Стандартный: 1) основные требования к разработке и реализации PR-кампаний 2) формы и методы организации и проведения кампаний в сфере связей с общественностью; 3) технологии проведения социологических и маркетинговых исследований и методы проведения ситуационного анализа; 4) правила разработки проектной документации.
	Эталонный: 1) медиа-аспект стратегии PR-кампании; 2) практические и теоретические принципы организации и реализации кампаний в области коммерческого, политического и социального PR; 3) правила составления технического задания, брифа, бизнес-плана; 4) методику определения промежуточных и результирующих итогов реализации PR-кампании.

Уметь	Пороговый: 1) применять полученные знания в различных видах профессиональной деятельности; 2) анализировать инновационный отечественный и зарубежный опыт проектирования в сфере рекламы и PR; 3) применять коммуникативные приемы и современные информационные технологии; 4) различать виды проектной документации.
	Стандартный: 1) разрабатывать и реализовывать проекты в области рекламы и PR; 2) использовать технологии проведения социологических и маркетинговых исследований; 3) применять методы проведения ситуационного анализа; 4) находить технико-экономическое обоснование планирования и организации PR-кампании.
	Эталонный: 1) объяснять особенности организации и проведения проектов в области коммерческого, политического и социального PR; 2) разрабатывать медиа-стратегию PR-кампании; 3) разрабатывать техническое задание, бриф, бизнес-план; 4) применять методы реализации PR-кампании; 5) проводить анализ эффективности кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
Владеть	Пороговый: 1) традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности; 2) способами эффективного использования методов проектирования в профессиональной деятельности; 3) основными требованиями к разработке и реализации кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; 4) основными правилами подготовки проектной документации.
	Стандартный: 1) способностью разрабатывать и оформлять PR-кампании; 2) навыками формирования планово-проектного подхода к коммуникационным программам; 3) методами проведения социологических и маркетинговых исследований; 4) навыками разработки и составления технического задания, брифа, бизнес-плана.

	Эталонный: 1) умениями организовывать и реализовывать кампании в области коммерческого, политического и социального PR; 2) навыками презентации PR-кампании; 3) системным подходом к формированию бизнес-кейсов; 4) методами анализа эффективности кампаний в сфере PR.
--	--

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	Коммуникационная кампания: определение, сущностные характеристики, основные понятия.	6		2		4
	2	Проектная документация.	6		2		4
2	3	Основные этапы организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий.	10		4		6
	4	Исследовательский этап. Ситуационный анализ.	10		4		6
3	5	Стратегия и тактика коммуникационных кампаний и мероприятия.	10		4		6
	6	Медиапланирование, как важнейший аспект стратегического планирования коммуникационной кампании.	10		4		6
4	7	Технологии PR как эффективный инструментарий реализации коммуникационной кампании.	10		4		6
	8	Оценка эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий.	10		4		6
Итого			72	0	28	0	44

3.2. Лекционные занятия

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Определение понятия «коммуникационная кампания». Жизненный цикл коммуникационной кампании. Цели и задачи. Специфика планирования и реализации кампаний и мероприятий в различных сферах деятельности. Разновидности коммуникационных кампаний и мероприятий. Формы организации кампании и мероприятий: внутриорганизационная, аутсорсинговая, смешанная.
	2	Технико-экономическое обоснование кампаний и мероприятий. Рабочий план и план-график. Календарные особенности планирования коммуникационной кампании. Правила составления проектной документации.
2	3	Общие принципы организации и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий. Организационные и материально-технические основы проведения кампаний по связям с общественностью. Основные этапы реализации кампаний в сфере PR: подготовительный, исследовательский, этап планирования, этап реализации, этап оценки эффективности, презентация проекта. Формула RACE. Определение целевых аудиторий, их классификация, подходы к описанию целевых групп. Формирование бюджета кампании. Понятие проектной команды.
	4	Определение ключевых проблем и возможностей, ресурсов базисного субъекта PR. SWOT – анализ. Количественные и качественные методы исследований на этапе ситуационного анализа. Самоанализ топ-менеджмента как необходимый инструмент диагностики ситуации и прогноза развития базисного субъекта PR. Аудит заказчика: основные индикаторы. Анализ конкурентов.
3	5	Постановка целей и задач, общая концепция кампании или мероприятия. Творческий аспект разработки стратегии. АСП-подход, планирование на основе выделения направлений деятельности, связанных с той или иной целевой аудиторией. Целеполагание, как необходимое условие измеряемости результатов PR-кампании. Инструменты для реализации коммуникационной кампании или мероприятия.
	6	Понятие информационного поля. Медиа-аспект стратегии. PR-текст. Медиакарта, ее продуктивное использование. Виды данных и показатели, используемые в медиапланировании. Медиа-обсчет, его основные параметры.

4	7	Гуманитарные и социально-коммуникативные технологии в области связей с общественностью. Характеристика, область преимущественного применения, особенности основных PR-технологий: медиарилейшнз, спонсорство, фандрейзинг, формирование имиджа, специальные события и мероприятия PR, внутрифирменный PR.
	8	Подходы к оценке эффективности PR-деятельности. Оперативный контроль и поэтапная корректировка реализации кампании или мероприятия. Методика определения промежуточных и результирующих итогов.

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	Базисный субъект PR. Сравнительный анализ коммуникационной кампании, PR-проекта, PR-акции. Примеры кампании или мероприятия из мировой и отечественной практики.	Подготовка медиапрезентаций. Составление обобщающей таблицы.
1	2	Виды проектной документации: техническое задание, креативный бриф, бизнес-план, соглашение, договор, контракт, их составляющие.	Составление конспекта. Составление обобщающей таблицы
2	3	Последовательность и параллельность осуществления этапов кампании или мероприятия. Распределение функций между участниками проектной команды. Внутренние коммуникации.	Подготовка докладов.
2	4	Особенности исследовательского этапа при организации коммерческой, политической или социальной кампании. Формализованное исследование. Виды социологических и маркетинговых исследований.	Составление плана-конспекта. Выполнение кейс-задачи

3	5	Составление сценария коммуникационной кампании и мероприятия. Визуальные и креативные решения в PR-деятельности. Факторы, влияющие на выбор стратегического подхода в коммуникационных кампаниях.	Выполнение творческих заданий.
3	6	Требования, предъявляемые к медиаплану и способы его оптимизации. Формы работы со СМИ. Разновидности PR-текстов.	Подготовка докладов. Составление терминологического словаря. Выполнение творческого задания
4	7	Проблема организации специальных коммуникационных событий и коммуникаций.	Составление плана-конспекта.
4	8	Модели оценки эффективности PR-деятельности. Качественная и количественная оценка эффективности.	Выполнение кейс-задачи.

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	Практические занятие	Подготовка докладов с использованием электронных образовательных ресурсов, медиапрезентация	4
1	2	Практическое занятие	Работа с электронными образовательными ресурсами	2
2	3	Практическое занятие	Дискуссия	2
2	4	Практическое занятие	Технологии развития критического мышления (решение кейс-задачи)	2
3	5	Практическое занятие	Технологии развития критического мышления (выполнение творческих заданий)	2
3	6	Практические занятие	Работа с электронными образовательными ресурсами, устный опрос	4
4	7	Практическое занятие	Дискуссия	2
4	8	Практическое занятие	Технологии развития критического мышления (решение кейс-задачи)	2

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Резепов, И.Ш. Психология рекламы и PR : учеб. пособие / И. Ш. Резепов. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2010. - 224 с. - ISBN 978-5-394-00391-2 : 260-00.
2. Санаев, Алексей. Русский пиар в бизнесе и политике / Санаев Алексей. - Москва : Ось-89, 2005. - 240 с. - ISBN 5-98534-215-8 : 90-00.
3. Головкин, Борис. Информационный менеджмент массовой коммуникации : учеб. пособие / Головкин Борис. - Москва : Академический проект, 2005. - 288 с. - (Фундаментальный учебник). - ISBN 5-8291-0621-3 : 254-60.
4. Векслер, Ася Филипповна. PR для российского бизнеса / Векслер Ася Филипповна. - Москва : Вершина, 2006. - 232 с. : ил. - ISBN 5-9626-0211-0 : 249-00.
5. PR: теория и практика : учебник / Баранов Дмитрий Евгеньевич [и др.]; под ред. М.А. Лукашенко. - Москва : Маркет ДС, 2010. - 328 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-94416-071-3 : 229-22.
6. Макова, О.И. Политическая реклама: теория и практика : учеб. пособие / О. И. Макова. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 111 с. - ISBN 978-5-9293-1496-4 : 109-00.
7. Векслер, Ася Филипповна. PR для российского бизнеса / Векслер Ася Филипповна. - Москва : Вершина, 2006. - 232 с. : ил. - ISBN 5-9626-0211-0 : 249-00.

6.1.2. Издания из ЭБС

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Аги У. Самое главное в PR / У. Аги, Г. Кэмерон, Ф. Олт. - Москва ; Нижний Новгород ; Воронеж : Питер, 2004. - 560 с. : Ил. - ISBN 5-94723-170-0 : 249-70.
2. Четвертков, Николай Васильевич. Современная пресс-служба : учеб. пособие / Четвертков Николай Васильевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 191 с. - ISBN 978-5-7567-0581-2 : 294-00.
3. Боброва, Ирина Ивановна. Черный PR? Белый GR! Цветной IR :): менеджмент информационной культуры / Боброва Ирина Ивановна, Зимин Виктор Алексеевич. - Москва : Вершина, 2006. - 464 с. : ил. + табл. - ISBN 5-9626-0079-7 : 444-00.
4. Павлова, Вера Степановна. Технологические особенности современной рекламы : учеб. пособие / Павлова Вера Степановна, Топоркова Елена Павловна. - Чита : ЗабГУ, 2012. - 105 с. - ISBN 978-5-9293-0790-4 : 82-00.
5. Маркони, Джо. PR: полное руководство / Маркони Джо; пер. с англ. Д.Р. Геренава, Ю.П. Леоновой; под ред. Б.Л. Еремина. - Москва : Вершина, 2007. - 256 с. : ил. - ISBN 0-324-20304-7 : 366-00.
6. Романов, Андрей Александрович. Разработка рекламного продукта : учеб. пособие / Романов Андрей Александрович, Васильев Геннадий Анатольевич, Поляков Владимир Александрович. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2011. - 256 с. - *. - ISBN 978-5-9558-0124-7. - ISBN 978-5-16-003867-4 : 175-58.

6.2.2. Издания из ЭБС

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

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

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. 10-17а.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Мультимедийное оборудование: телевизор, переносной ноутбук, переносной проектор, переносной экран, акустическая система.

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

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.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех 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: Макова Оксана Ивановна, старший преподаватель кафедры журналистики и связей с общественностью

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