

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.ОД.06.Реклама и связи с общественностью в бизнесе

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:

Формирование у студентов знаний, касающихся основных функций, моделей, технологий, критериев оценки эффективности рекламной и PR-деятельности предприятий; а также роли рекламы и связей с общественностью в эффективном позиционировании и продвижении предприятия в условиях высококонкурентной среды.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить предпосылки и факторы развития PR в бизнесе;
- выявить аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе;
- определить место и роль рекламы в бизнесе;
- рассмотреть особенности организации рекламы и связей с общественностью для разных сфер бизнеса;
- овладеть навыками формирования и продвижения корпоративного имиджа;
- приобретение практических навыков создания рекламных продуктов на основе полученных знаний;

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Вариативная часть учебного плана, обязательная дисциплина.

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
	6 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	36	36
лекционные (ЛК)	12	12
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	24	24
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	36	36
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
ОПК-2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ПК-8	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-15	владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) основные модели принятия решений в рекламной и PR-деятельности; 2) виды управленческих решений и методы их принятия в рекламной и PR-деятельности; 3) разнообразные формы маркетинговых коммуникаций;
	Стандартный: 1) социальную значимость коллектива, основы организационной психологии и теории управления; 2) принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования в рекламной и PR -деятельности; 3) факторы, определяющие состав и границы целевой аудитории в рекламной и PR -деятельности;
	Эталонный: 1) технологию разработки рекламно-информационного продукта; 2) основные виды, составные элементы и специфику организации и проведения рекламных, информационных и PR-кампаний; 3) основы и закономерности развития и функционирования, основные элементы корпоративной культуры;

Уметь	Пороговый: 1) оценивать экономическую эффективность рекламной и PR -деятельности; 2) принимать решения в нестандартных ситуациях; анализировать различные ситуации; 3) оценивать риски, социальную и экономическую эффективность принимаемых решений в рекламной и PR-деятельности;
	Стандартный: 1) реализовывать профессиональные функции и применять основные методы и технологии связей с общественностью в коммерческих структурах; 2) формировать корпоративную культуру с помощью изученных технологий; 3) организовать проектную деятельность в индустрии рекламы и связей с общественностью;
	Эталонный: 1) разрабатывать маркетинговую и рекламную стратегию использования СМК в сфере рекламы и PR; 2) определять наиболее подходящие формы системы маркетинговых коммуникаций для осуществления рекламной коммуникации в сфере рекламы и PR; 3) работать с персоналом организации в кризисной ситуации, опираясь на социально-психологические методы;
Владеть	Пороговый: 1) навыками анализа экономической и социальной эффективности рекламной и PR -деятельности; 2) навыками установления контактов с ключевыми и целевыми аудиториями проекта и методами их изучения; 3) навыками разработки текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов и защите результатов выполняемой рекламной деятельности;
	Стандартный: 1) навыками разработки и реализации стратегий рекламной и PR - деятельности; 2) навыками преодоления кризисных ситуаций и создания бесконфликтной профессиональной деятельности; 3) навыками планирования рекламной и PR -деятельности в соответствии со стратегическими планами организации;

	Эталонный: 1) навыками копирайтинга, написания рекламных статей, пресс-релизов, интервью, буклетов, корпоративных новостей, коммерческих и PR-текстов, презентаций и др.; 2) навыками реализации профессиональной деятельности и организации PR-деятельности в коммерческих структурах; 3) навыками расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий.
--	--

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	Особенности рекламной и PR-деятельности в сфере бизнеса	8	2	2		4
	2	Типы аудиторий и групп общественности в сфере бизнеса	11	1	4		6
2	3	Архитектура и элементы бренда	9	1	4		4
	4	Событийная коммуникация как элемент коммуникативной политики организации	8	2	2		4
3	5	Реклама и формирование имиджевых стратегий	9	1	4		4
	6	Формирование и продвижение корпоративного имиджа	9	1	4		4
4	7	Оценка качества и результативности рекламы и ПР в управлении организацией	8	2	2		4
	8	Планирование рекламных кампаний	10	2	2		6
Итого			72	12	24	0	36

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
--------	---------------	-------------------------------

1	1	Социально-экономические особенности предпринимательской деятельности в России. Малое и среднее предпринимательство — основа формирования российской рыночной экономики. Понятие концепции развития предприятия и роль различных инструментов при ее разработке. Схема разработки политики предприятия в области бизнес-PR.
	2	Понятие общественности. Типологизация групп общественности (Дж. Гендрикс, Д. Груниг). Приоритетные группы общественности бизнес-структур. Индекс приоритетности и его интерпретация.
2	3	Типология брендов. Длина, ширина, глубина бренда. Индивидуальные, корпоративные бренды, бренды семейства товаров. Национальные и международные бренды. Классические бренды и бренд класса «премиум».
	4	Понятие «коммуникативная политика (КП)». Целевые аудитории информационного воздействия. Виды внешних и внутренних коммуникаций. Понятие «специальное событие (special events)». Характерные признаки специального события. Типы Events (на примере бизнес-организации). Параметры и критерии эффективности Events.
3	5	Теория имиджа Д.Огилви. Имиджи и стереотипы в рекламе. Типы коммуникативных ситуаций, определяющих выбор имиджевых стратегий. Имиджи лживые и правдивые. Природа целостности эмоционально-образного содержания имиджа.
	6	Цели и задачи корпоративного имиджа. Приемы продвижения корпоративного имиджа. Понятие «корпоративная идентичность». Развитие идеи корпоративной идентичности. Типы ассоциаций, формируемые имиджевыми стратегиями: функциональные признаки, мягкие признаки, эмоциональные связи. Критерии оценки ассоциаций.
4	7	Измерение эффективности PR-деятельности методами социологии. Этапы социологических методов. Модель PII (подготовка-применение-воздействие). Рейтинг и его критерии. Информативность рейтингов. Стандарты PR-качества и PR-сертификации. Требования стандартов. Система ISO для PR-индустрии.

	8	Виды рекламных кампаний. План маркетинга, план маркетинговых коммуникаций и план рекламы. Составление плана рекламных кампаний. Разработка рекламной концепции и ее формата. Определение объекта (адресата) и субъекта рекламы. Разработка мотива (УТП) рекламы. Выбор средств распространения рекламы. Медиапланирование: особенности, основные показатели.
--	---	--

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере бизнеса. Определение характерных признаков и критерий PR-технологии. Определение характерных признаков рекламных технологий. Разработка PR- технологии: теоретический этап; методический этап; процедурный этап
	2	Отношения с потребителями. Понятия: консюмеризм, новый потребитель. Исследования продукта на удовлетворенность потребителя продуктом. Информационное обеспечение потребителя сведениями о новых продуктах и услугах. Разбор претензий потребителей как способ создания уважительных партнерских отношений фирмы с ними. Взаимодействие фирмы с потребительскими обществами и контролирующими организациями.
2	3	Отношения с инвесторами (Investor Relations, IR). Участники IR. Типы инвесторов. Источники получения информации для потенциальных инвесторов. Этапы IR. Понятие IPO (initial public offering). Этапы IPO и роль ПР-специалистов на каждом из этапов.
	4	Роль и место годового отчета в ПР-деятельности предприятий Требованиями к содержанию годового отчета (ГО). Задачи ГО. Форматы годовых отчетов. Структура годового отчета. Подготовка годовых отчетов: зарубежный и российский опыт.
3	5	Спонсорство и благотворительность. Фандрайзинг. Проблема мотивации спонсора. Подготовка спонсорского пакета. Этические вопросы фандрайзинга. Фандрайзинг: истории успеха. Корпоративная и коммерческая реклама. Паблिसити и мерчандайзинг. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности

	6	Бизнес и власть: как стать партнерами. Коммуникативный аудит и PR в маркетинге. Деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран.
4	7	Социально ответственный бизнес и социальный маркетинг. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России. Бизнес-PR в инновационном обществе
	8	Технологии анализа рекламных кампаний: особенности рекламной коммуникации. Социальная функция рекламы. Категории потребителей рекламы. Методы исследования рекламы: фокус-группы, глубинные интервью, контент-анализ. Эффективность рекламных кампаний. Особенности рекламы в различных отраслях и сферах деятельности.

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	Реклама и связи с общественностью в бизнесе. Корпоративный стиль и имидж организации на основе известных мировых компаний. Удачные и неудачные примеры рекламных и PR-кампаний в России и в мире. Спонсорство и благотворительность в крупнейших компаниях мира. Социально ответственный бизнес.	Подготовка сообщений и докладов.
2	3	Группы общественности организации (потребители, инвесторы, СМИ, власть и др.) и особенности работы с ними.	Составление и заполнение обобщающей таблицы.
3	5	Подготовка спонсорского пакета при планировании PR-мероприятий.	Проектирование групповой работы, выполнение группового задания.
4	7	Корпоративный стиль и имидж компании	Подготовка ролевой игры.

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	лекция	лекция с использованием презентаций	2
1	2	семинар	деловая и ролевая игра	2
2	3	семинар	разбор конкретных ситуаций (ситуационные задачи)	2
2	4	лекция	интерактивная лекция с использованием мультимедиа	2
3	5	лекция	лекции с использованием презентаций	2
3	6	семинар	учебная дискуссия	2
4	7	лекция	интерактивная лекция с использованием мультимедиа	2
4	8	семинар	технологии развития критического мышления	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

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 296 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68862> — Загл. с экрана.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866> — Загл. с экрана.
3. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68857> — Загл. с экрана.
4. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 172 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69083> — Загл. с экрана.
5. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Алтунина, И. Р. Социальная психология : учебник для академического бакалавриата / И. Р. Алтунина, Р. С. Немов ; под ред. Р. С. Немова. — 2-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 427 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01317-7.
2. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании: Учебное пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68864> — Загл. с экрана.
3. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Шомова [и др.]. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 198 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68854> — Загл. с экрана.
4. Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2013. — 126 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68804> — Загл. с экрана.
5. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00765-7.

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. 10-6а.

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

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

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

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

672000, г. Чита, ул. Бутина, 65 ауд. 13-118.

Кабинет для самостоятельной работы, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)

Комплект специальной учебной мебели.

ПК – 5 шт.

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

672007, г. Чита, ул. Чкалова, 140 ауд. 10-12.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Специализированная мебель для хранения литературы.

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

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

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Общие методические рекомендации по изучению дисциплины

Практика преподавания дисциплины демонстрирует тот факт, что, несмотря на доступность необходимой информации по дисциплине (наличие учебников, учебных и учебно-методических пособий и печатном виде, в ЭБС, возможность получения информации из ресурсов сети интернет и т.д.), серьезные затруднения у студентов вызывают анализ, синтез, систематизация материала, а также выделение в нем принципиальных и сущностных аспектов, отвечающим современным научным концепциям и подходам.

В связи с этим основным источником теоретического материала по дисциплине выступают лекции, посещение которых является обязательной составляющей успешного освоения дисциплины.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех лекционных и практических занятий, способствующее системному овладению материалом курса;
- все вопросы соответствующих разделов и тем по дисциплине необходимо фиксировать (на любых носителях информации);
- обязательное выполнение домашних заданий является важнейшим требованием и условием формирования целостного и системного знания по дисциплине;
- обязательность личной активности каждого студента на всех занятиях по дисциплине;
- в случаях неясности каких-либо вопросов, обсуждаемых на занятиях, необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю, а не оставлять их непонятыми;
- в случаях пропусков занятий по уважительным причинам студентам предоставляется право подготовки и представления заданий и ответов на вопросы изученного материала, с расчетом на помощь преподавателя в его усвоении;
- в случаях пропусков без уважительной причины студент обязан самостоятельно изучить соответствующий материал;
- необходимым условием является самостоятельность и инициативность студентов при контроле набора баллов по дисциплине для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- самостоятельный поиск, обработку (анализ, синтез, обобщение и систематизацию), адаптацию необходимой по дисциплине информации;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение и усвоение теоретического материала, представленного на лекционных занятиях и в соответствующих литературных источниках (рекомендуемая основная и дополнительная литература);
- самостоятельное изучение отдельных вопросов курса;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в соответствии с рекомендациями преподавателя (выполнение конкретных заданий, соответствующие организационные действия и т.д.).

Как правило, организация самостоятельной работы предполагает:

- постановку цели;
- составление соответствующего плана;
- поиск, обработку информации;
- представление результатов работы.

Методические рекомендации по отдельным видам учебно-познавательной деятельности студентов

Методические рекомендации при подготовке к практическим занятиям

Для повышения эффективности проведения практических занятий необходимо учитывать все рекомендации по подготовке к ним, которые даются преподавателем в начале каждого модуля (формулируются соответствующие задания, проблемно-ориентированные вопросы, представляются рекомендации по методике организации различных форм проведения занятий и т.д.). Определенные формы и методы работы на занятиях требуют предварительной самостоятельной подготовки студентов (например, внутригрупповая и межгрупповая дискуссии, ролевые игры, подготовка итогового семестрового проекта и т.д.). Поэтому необходимо фиксировать все рекомендации преподавателя по подготовке к занятиям.

Для эффективного освоения материала дисциплины в ходе практических занятий необходимо выполнение следующих требований:

- четко понимать цели предстоящих занятий (предварительно формулируются преподавателем);
- владеть навыками поиска, обработки, адаптации и презентации необходимого материала;
- уметь четко формулировать и отстаивать собственный взгляд на рассматриваемые проблемные вопросы, который необходимо подкреплять адекватной аргументацией;
- уметь выделять и формулировать противоречия по рассматриваемым проблемам, понимая их источники;
- владеть навыками публичного выступления (логично, ясно и лаконично излагать свои мысли; адекватно оценивать восприятие и понимание слушателями представляемого материала; отвечать на задаваемые вопросы; приводить адекватные и убедительные аргументы в защиту своей позиции и т.д.);
- уметь критически оценивать собственные знания, умения и навыки в динамике в сравнении с таковыми у других, с целью раскрытия дополнительных возможностей их развития;
- при подготовке к занятиям обязательно изучить рекомендуемую литературу;
- оценить различные точки зрения на проблемные вопросы нескольких исследователей, а не ограничиваться рассмотрением позиции одного автора;
- при формулировке собственной точки зрения предусмотреть убедительную ее аргументацию и возможность возникновения спорных ситуаций;
- владеть навыками работы в команде (при выполнении определенных заданий, предполагающих работу в микрогруппах, при проведении ролевых игр, дискуссий и т.д.).

Семинар – вид практических занятий, предусматривающий самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем с содержанием учебной дисциплины и последующим представлением и обсуждением результатов этого изучения (в различных формах). Семинары представляют собой своеобразный синтез теоретической подготовки студентов с практической. Основной дидактической целью семинаров выступает оптимальное сочетание лекционных занятий с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов.

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений (докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

Работа по подготовке индивидуальных сообщений и докладов предполагает достаточно длительную системную работу студента, а также в случае необходимости консультативную помощь преподавателя.

Работа должна быть тщательно продумана, спланирована и разделена на соответствующие этапы, каждый из которых требует целого ряда определенных умений и

навыков:

- определение и формулировка темы сообщения или доклада (либо осмысление темы, сформулированной преподавателем в соответствующих случаях);
- составление плана с использованием анализа, синтеза, обобщения и логики построения изложения материала;
- определение источников информации;
- работа с источниками научной информации (подбор, анализ, обобщение, систематизация, адаптация и т.д.);
- формулировка основных обобщений и выводов по результатам анализа изученного материала.

Структура сообщения (доклада) может обоснованно варьировать, но в большинстве случаев она предполагает наличие следующих частей: вступления (обозначение актуальности и постановка проблемы), основной части (обзор различных точек зрения на проблему и ее решение), заключения (формулировка соответствующих обобщений, выводов, предположений и перспектив), а в соответствующих случаях – перечня используемых источников информации.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия выступает важнейшим средством активизации познавательной деятельности. Как метод активного обучения дискуссия может использоваться как в рамках традиционных (развернутая беседа, система докладов и рефератов), так и новых форм практических занятий (анализ конкретных ситуаций, ролевая 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)**