

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет

Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Дроботушенко Е.В.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.05.Психология рекламного текста

на 144 часа(ов), 4 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 42.04.01 – Реклама и связи с
общественностью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Магистерская программа – Коммуникативные технологии в связях с общественностью и
рекламе (для набора 2020)

Форма обучения очная, очно-заочная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование у студентов индивидуально ориентированного подхода к психологии рекламы, необходимого в современной практике специалиста; формирование психологической культуры автора рекламного текста, системного представления о медиатексте как продукте творчества, пространстве репрезентации личностных и национальных когнитивных структур, инструментарии воздействия.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) сформировать представления о многоуровневых составляющих информационно-психологического потенциала медиатекста (рекламного текста): атрибуты творчества и креатива; средства и технологии различного типа воздействия на аудиторию;
- 2) формирование знаний об общих проблемах психолингвистики; анализ медиатекста как источника культурологической информации;
- 3) обучение основам моделирования социально-психологических процессов в массовой коммуникации ресурсами медиатекста; приобретение студентами умений использования психологических методик в ходе создания рекламного текста;
- 4) ориентирование в психологических и социально-психологических аспектах функционирования СМИ и работы копирайтера, специалиста по связям с общественностью.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Вариативная часть, формируемая участниками образовательных отношений Курс «Психология рекламного текста» ориентирован на знание особенностей, задач, методов, технологий и техник процесса создания рекламного текста, его смысловой и структурно-композиционной специфики. Медиатекст рассматривается как результат индивидуальной и коллективной творческой работы автора (копирайтера, специалиста по связям с общественностью), как пространство репрезентации личностных и национальных моделей мира. Соответственно курс базируется на материале дисциплин бакалавриата: Психологические основы рекламы и связей с общественностью, Психология массовой коммуникации, Стилистика и литературное редактирование медиатекста, Теория и практика массовой и межличностной коммуникации, Технология воздействия на массовое сознание и др. Освоение курса в рамках заявленной магистратуры позволяет расширить смысловое поле таких дисциплин как «СМИ как социокультурный феномен», «Межкультурная коммуникация в рекламе и связях с общественностью», «Язык современного интернет-текста», «Современные теории массовой коммуникации» и др.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы), 144 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам				Всего часов
	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	
Общая трудоемкость					144
Аудиторные занятия, в т.ч.	0	0	0	24	24
лекционные (ЛК)	0	0	0	12	12

практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	0	0	12	12
лабораторные (ЛР)	0	0	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	0	0	0	84	84
Форма промежуточной аттестации в семестре				Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)					

Очно-заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	4 семестр	
Общая трудоемкость		144
Аудиторные занятия, в т.ч.	32	32
лекционные (ЛК)	16	16
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	16	16
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	76	76
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам				Всего часов
	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	
Общая трудоемкость					144
Аудиторные занятия, в т.ч.	0	0	0	16	16
лекционные (ЛК)	0	0	0	8	8

практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	0	0	8	8
лабораторные (ЛР)	0	0	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	0	0	0	92	92
Форма промежуточной аттестации в семестре				Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)					

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. (общий по УГСН) Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп.	Знать: Потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты Уметь: Интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. Владеть: Инструментарием прогнозирования потенциальных реакций целевой аудитории на создаваемые тексты рекламы и связей с общественностью

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	Знать: Закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции её социальной ответственности. Уметь: Осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Владеть: Творческими приемами при сборе, обработки и распространении информации, реализации коммуникационного продукта в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии, принципами социальной ответственности
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: Особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа Уметь: Создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа Владеть: Технологиями создания эффективных текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности и с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1		Рекламный текст как продукт целенаправленного творчества.	Психолингвистическая характеристика современного медиатекста. Характеристика языковой личности автора рекламы. Психологические особенности размещения медиатекста в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	27	3	3		21
2		Основы социально-психологического воздействия медиатекста	Методология воздействия в медиатексте. Факторы формирования интереса аудитории. Внимание. Потребности. Восприятие. Индикаторы массового интереса. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ. Лингвopsихологическая модель эффективного рекламного текста	27	3	3		21

3		Рекламный текст как источник культурологической информации	Функционирование языкового сознания в процессах производства и восприятия речи. Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности. Медиатекст как продукт национального мировидения. Сложности социальной перцепции. Психологические барьеры диалога с аудиторией. Феномен когнитивного диссонанса. Факторы эффективности общения. Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления в СМИ	27	3	3		21
4		Психолингвистическая характеристика современного медиатекста	Пульсация памяти, обращённая в текст. Когнитивные конструкты современного медиатекста. Когнитивные аспекты нарратива в медиатексте. Методика и виды психологического анализа рекламного текста.	27	3	3		21
Итого				108	12	12	0	84

3.1 Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	

1		Рекламный текст как продукт целенаправленного творчества.	Психолингвистическая характеристика современного медиатекста. Характеристика языковой личности автора рекламы. Психологические особенности размещения медиатекста в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	27	4	4		19
2		Основы социально-психологического воздействия медиатекста	Методология воздействия в медиатексте. Факторы формирования интереса аудитории. Внимание. Потребности. Восприятие. Индикаторы массового интереса. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ. Лингвopsихологическая модель эффективного рекламного текста	27	4	4		19

3		Рекламный текст как источник культурологической информации	Функционирование языкового сознания в процессах производства и восприятия речи. Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности. Медиатекст как продукт национального мировидения. Сложности социальной перцепции. Психологические барьеры диалога с аудиторией. Феномен когнитивного диссонанса. Факторы эффективности общения. Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления в СМИ	27	4	4		19
4		Психолингвистическая характеристика современного медиатекста	Пульсация памяти, обращённая в текст. Когнитивные конструкты современного медиатекста. Когнитивные аспекты нарратива в медиатексте. Методика и виды психологического анализа рекламного текста.	27	4	4		19
Итого				108	16	16	0	76

3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	

1		Рекламный текст как продукт целенаправленного творчества.	Психолингвистическая характеристика современного медиатекста. Характеристика языковой личности автора рекламы. Психологические особенности размещения медиатекста в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	27	2	2		23
2		Основы социально-психологического воздействия медиатекста	Методология воздействия в медиатексте. Факторы формирования интереса аудитории. Внимание. Потребности. Восприятие. Индикаторы массового интереса. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ. Лингвopsихологическая модель эффективного рекламного текста	27	2	2		23

3		Рекламный текст как источник культурологической информации	Функционирование языкового сознания в процессах производства и восприятия речи. Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности. Медиатекст как продукт национального мировидения. Сложности социальной перцепции. Психологические барьеры диалога с аудиторией. Феномен когнитивного диссонанса. Факторы эффективности общения. Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления в СМИ	27	2	2		23
4		Психолингвистическая характеристика современного медиатекста	Пульсация памяти, обращённая в текст. Когнитивные конструкты современного медиатекста. Когнитивные аспекты нарратива в медиатексте. Методика и виды психологического анализа рекламного текста.	27	2	2		23
Итого				108	8	8	0	92

3.4. Содержание разделов дисциплины

3.4.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-3ФО	ЗФО

1		Рекламный текст как продукт творчества	Психолингвистика. Предмет и основные задачи. Психология создания текстов. Творчество и креатив: общие черты и различия. Влияние типа мышления автора на структурно-содержательные особенности материала в СМИ. Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в медиатексте. Ментально-мировоззренческая структура смысловой сферы копирайтера. Условия активизации творческого мышления. Психологические особенности размещения медиатекста в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	3		
2		Основы социально-психологического воздействия медиатекста	Методология воздействия в медиатексте. Факторы формирования интереса аудитории. Внимание. Потребности. Восприятие. Индикаторы массового интереса. Подходы к измерению эффективности рекламного текста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ. Лингвopsихологическая модель эффективного медиатекста	3		

3		Медиатекст как источник культурологической информации	Функционирование языкового сознания в процессах производства и восприятия речи. Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности. Медиатекст как продукт национального мировидения. Сложности социальной перцепции. Психологические барьеры диалога с аудиторией. Феномен когнитивного диссонанса. Факторы эффективности общения. Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления в рекламе. Российский менталитет: понятие и характеристика. Формы и средства репрезентации ментальных конструктов в медиатексте. Маркёры русской культуры в медиатексте.	3		
4		Психолингвистическая характеристика современного медиатекста	Пульсация памяти, обращённая в текст. Когнитивные конструкты современного медиатекста. Когнитивные аспекты нарратива в медиатексте. Нарратив как объект анализа. Определение нарратива и его сущностные признаки. Структурная схема нарратива. Нарратив и нарратология. Блуждающая сюжетика СМИ. Типология медиатекста с точки зрения психологии массовой коммуникации. Проблема информационно-психологической безопасности. Саморегуляция и защита от психологического давления. Методика и виды психологического анализа рекламного текста.	3		

3.4.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-3ФО	ЗФО

1		Рекламный текст как продукт творчества	Современный медиатекст в пространствах творчества и креатива: аксиология конфликта. Эффективные модели личности автора медиатекста. Психологические особенности размещения рекламного текста в различных каналах коммуникации.	3		
2		Основы социально-психологического воздействия медиатекста	Факторы формирования интереса целевой аудитории. Формы и методы психологического воздействия на аудиторию в пространстве медиатекста. Архетип как технология рекламного текста.	3		
3		Рекламный текст как источник культурологической информации	Формы и средства репрезентации ментальных конструктов в медиатексте: концепты, константы, архетипы и др. Язык современных СМИ: проблема миромоделирования. Объективация смыслов в рекламном тексте.	3		
4		Психолингвистическая характеристика современного медиатекста	Культуронаследственная функция медиатекста. Семантика аксиосферы медиатекста. Парадигмы мышления и стили творчества создателя рекламы. Блуждающая сюжетика СМИ: нарратив медиатекста. Формы психологической защиты аудитории от информационного воздействия. Лингвокультурологический анализ как метод аксиологии рекламы.	3		

3.4.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-З ФО	ЗФО

3.6. Самостоятельная работа студентов

Модуль	Номер раздела	Содержание материала, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-З ФО	ЗФО

1		Творчество как процесс создания медиатекста. Характеристика языковой личности автора.	Библиография по теме. Психологический анализ рекламного текста. Анализ региональной рекламы: дивергентные типы мышления в медиатекстах регионального информационного пространства. Анализ полученных данных. Медиапрезентация по теме.	21	19	23
2		Психологический инструментарий медиатекста. Теория о простых и вдохновляющих стимулах медиатекста. Классификация текста Р. Барта. Преимущества использования архетипов в медиатексте.	Научное эссе или рецензия научных работ. Составление обобщающей таблицы «Формы психологической защиты». Досье (творческая папка): «Методы и технологии воздействия в современном медиатексте». Творческие задания.	21	19	23
3		Медиатекст как носитель ценностей. Основные черты медиатекста как носителя культурологической информации	План-конспект. Проектная мастерская: выполнение творческих заданий	21	19	23
4		Формы и средства репрезентации ментальных конструкторов в медиатексте. Нарративная структура медиатекста. Статус и функции медианарратива	Медиапрезентация. Подготовка к дискуссии "Культурные смыслы и ценности рекламы"	21	19	23

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : учеб. для бакалавров / Виноградова Светлана Михайловна, Мельник Галина Сергеевна. - Москва : Юрайт, 2014. - 512 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - ISBN 978-5-9916-3340-6 : 474-10.

2. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - 2-е изд., испр. и доп. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 297 с. - ISBN 978-5-9293-1509-1 : 197-00.
3. 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.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Гулевич, Ольга Александровна. Социальная психология : Учебник и практикум / Гулевич Ольга Александровна; Гулевич О.А., Сариева И.Р. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 452. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01366-5 : 168.71.
2. Евгеньева, Татьяна Васильевна. Психология массовой политической коммуникации : Учебник и практикум / Евгеньева Татьяна Васильевна; Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 299. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00.
3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. 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.
2. Столяренко, Л.Д. Психология общения : учеб. / Л. Д. Столяренко, С. И. Самыгин. - 2-е изд., стер. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. - 317 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-222-22015-3 : 242-00.
3. Богуславская, Вера Васильевна. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / Богуславская Вера Васильевна. - 4-е изд. - Москва : ЛКИ, 2013. - 280 с. - ISBN 978-5-382-01443-2 : 351-67.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью [Текст] : : учебное пособие для вузов : [для бакалавров] / Чумиков Александр Николаевич; А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 159 с. : ил. - (Учебник нового поколения). - Библиогр.: с. 159. - ISBN 978-5-7567-0717-5. доступа: <http://e.lanbook.com/book/68866> — Загл. с экрана
2. Алтунина, Инна Робертовна. Социальная психология : Учебник / Алтунина Инна Робертовна; Алтунина И.Р., Немов Р.С. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 427. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01317-7 : 128.58.
3. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский; Дзялошинский И.М. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - ISBN 978-5-7567-0774-8.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС «Троицкий мост»; www.trmost.ru

ЭБС «Лань»; www.e.lanbook.ru

ЭБС «Лань»; www.e.lanbook.ru

ЭБС «Юрайт»; www.biblio-online.ru

ЭБС «Юрайт»; www.biblio-online.ru

ЭБС «Консультант студента»; www.studentlibrary.ru

ЭБС «Консультант студента»; www.studentlibrary.ru

Психология общения: энциклопедический словарь / под общ. ред. А. А. Бодалева. М. : Когито-Центр, 2011. URL: [http:// www.vocabulary.ru/dictionary/1095/word/auditorija-smi-tipologi](http://www.vocabulary.ru/dictionary/1095/word/auditorija-smi-tipologi)

Медиакультура новой России. URL: ural-yeltsin.ru/usefiles/media/Chekushov.doc

6. 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:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для текущей аттестации	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Помещение для самостоятельной работы	

8. 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: Ерофеева Ирина Викторовна, профессор кафедры журналистики и связей с общественностью

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2020 г. № 1)**

Согласована с выпускающей кафедрой

Заведующий кафедрой

« ____ » _____ 20 ____ г.