

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Утверждаю
Декан СПФ

_____ Т. В. Поштарева
«15» мая 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Психология рекламы и PR»

Направление подготовки 37.03.01 Психология
Направленность (профиль) программы: Общая психология и психологическое консультирование
Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
Форма обучения - очная, очно-заочная

год начала подготовки – 2026

Разработана
док. истор. наук., профессор кафедры СГД
_____ Н. В. Овсянникова

Согласована
Заведующая кафедрой СГД
_____ Е. В. Смирнова

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
«15» мая 2026 г.
протокол № 13
Зав. кафедрой _____ Е. В. Смирнова

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
«15» мая 2026 г.
протокол № 9
Председатель УМК
_____ Т. В. Поштарева

Ставрополь 2026 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	4
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	6
5.3. Практические занятия и семинары	7
5.4. Лабораторные работы	7
5.5. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	7
5.6. Самостоятельная работа	7
6. Образовательные технологии	7
7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	7
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
8.1. Основная литература	12
8.2. Дополнительная литература	12
8.3. Программное обеспечение	12
8.4. Профессиональные базы данных	12
8.5. Информационные справочные ресурсы	12
8.6 Интернет-ресурсы	12
8.7 Методические указания по освоению дисциплины	13
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	17
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	18

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Психология рекламы и PR» является: формирование у обучающихся компетенций в области психологических особенностей рекламы и связей с общественностью; развитие способности применения и грамотного использования рекламных и PR-средств в своей профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Психология рекламы и PR» относится к обязательным дисциплинам Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.Б.38.) ОПОП.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Социология	Производственная практика в профильных организациях
Социальная психология	
Психология общения	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач	Знает требования к осуществлению обмена информацией, знаниями и опытом в области психологии рекламы и PR Умеет осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач в области психологии рекламы и PR
ОПК-6. Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам	ОПК-6.1. Оценивает потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам	Знает содержание потребностей и запросов целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам Умеет оценивать потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам Владеет навыками стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам в области психологии рекламы и PR

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
--------------------	-------------	----------

		А
Контактная работа (всего)	66	66
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	26	26
из них	-	-
- лекции	26	26
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	40	40
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	40	40
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего) (СР)	38	38
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	38	38
Подготовка к аттестации	3,8	3,8
Общий объем, академический час	108	108
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

ОЗФО

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		В
Контактная работа (всего)	44	44
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20
из них	-	-
- лекции	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	24	24
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	24	24
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего) (СР)	60	60
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-

Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	64	64
Подготовка к аттестации	3,8	3,8
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Основные психологические аспекты связей с общественностью	Психологическая сущность связей с общественностью. Понятие «взаимодействие» как базовая категория связей с общественностью. Социальные взаимодействия. Типология социальных взаимодействий. Аттракция. Субъективно-объективные и субъективные факторы достижения аттракции. Понятие «общение» как базовый процесс связей с общественностью. Средства общения. Виды общения. Сущность внутренней и внешней PR-коммуникации. Согласование интересов как ведущий принцип PR-деятельности. Понятие «взаимопонимание» как базовая категория связей с общественностью. Условия формирования понимания и взаимопонимания в процессе общения. Содержание и методы для решения конкретных проблем отдельных лиц, групп населения и (или) организаций средствами рекламы и PR.
2.	Реклама как средство психологического воздействия	Концепции рекламы как формы психологических воздействия. Основные механизмы психологического воздействия: подражание, внушение, заражение, убеждение, идентификация. Понятия гипноза, стереотипа, имиджа, механизма «ореола», технологии «25-го кадра», рекламные шоу, нейролингвистическое программирование, социально-психологическая установка. Когнитивный диссонанс и социальная атрибуция. Структура психологического воздействия рекламы на потребителя. Основные модели восприятия рекламы. Этические проблемы психологического воздействия в рекламе. Современные теории, направления и практики коррекционно-развивающей работы.
3.	Психологические особенности формирования имиджа	Общее представление об имидже в психологии. Соотношение понятий «личность», «имидж», «Я-концепция» и «стереотип восприятия». Характеристики имиджа как психического образа, его виды и функции. Имидж персоны, организации, товара/услуги: базовые структурные модели. Общие подходы к работе и функции имиджмейкера. Психологические

		рекомендации по формированию эффективного имиджа. Процесс представления и восприятия имиджа. Техники и приемы коррекционно-развивающей работы и психологической помощи.
4.	Рекламные и PR-коммуникации как объект психологического исследования в системе ИМК	Требования к постановке цели и формулированию задач. Способы решения типичных задач и критерии их оценки. ИМК как основная концепция реализации товаров и услуг в современных рыночных условиях. Сравнительные характеристики суггестивного и маркетингового подходов в коммерческой рекламе. Понятие целевой аудитории в рекламе. Процесс сегментации рынка и диагностика потребностей целевых аудиторий. Психология рекламы и комплекс маркетинговых коммуникаций (PR, сейлз промоушн, директ-маркетинг).
5.	Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации	Пропаганда как вид рекламной деятельности. Цели и задачи пропаганды. Пропаганда в условиях психологических войн. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека. Влияние психологических стереотипов на восприятие содержания пропаганды. Пропаганда и реклама как элементы системы рекламной деятельности. Политическая реклама и имиджмейкинг. Информационное пространство, массовое сознание и рекламное воздействие. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Психология рекламы и медиарилейшенз.
6.	Роль рекламы и связей с общественностью в становлении и развитии личности и общества	Реклама и связи с общественностью как элемент массовой культуры. Мифы и мифотворчество в рекламной и PR-деятельности. Психологические исследования содержательных и формально-динамических характеристик рекламы и связей с общественностью. Проблемы информационного общества и отношения к рекламе. Современные тенденции медиапотребления в условиях информационного общества. Массовая коммуникация, медиаэффекты и коммуникативные технологии. Особенности кризисных коммуникаций. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Концепция социально-этичного маркетинга и проблемы психологии развития личности. Кросс-культурный анализ рекламной и PR-деятельности.

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Основные психологические аспекты связей с общественностью	17	4	-	6	-	6
2.	Реклама как средство психологического воздействия	17	4	-	6	-	6

3.	Психологические особенности формирования имиджа	17	4	-	6	-	8
4.	Рекламные и PR-коммуникации как объект психологического исследования в системе ИМК	21	6	-	8	-	6
5.	Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации	17	4	-	6	-	6
6.	Роль рекламы и связей с общественностью в становлении и развитии личности и общества	19	4	-	8	-	6
	Промежуточная аттестация (зачет)	0,2					
	Подготовка к аттестации	3,8					
	Общий объем	108	26	-	40	-	38

ОЗФО

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Основные психологические аспекты связей с общественностью	18	4	-	4	-	10
2.	Реклама как средство психологического воздействия	16	4	-	2	-	10
3.	Психологические особенности формирования имиджа	18	4	-	4	-	10
4.	Рекламные и PR-коммуникации как объект психологического исследования в системе ИМК	18	6	-	2	-	10
5.	Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации	18	4	-	4	-	10
6.	Роль рекламы и связей с общественностью в становлении и развитии личности и общества	16	4	-	2	-	10
	Промежуточная аттестация (зачет)	0,2					
	Подготовка к аттестации	3,8					
	Общий объем	108	26	-	18	-	60

5.3. Занятия семинарского типа

№ раздела (темы)	Тема	Количество часов ОФО/ОЗФО
1.	Основные психологические аспекты связей с общественностью	6/4
2.	Реклама как средство психологического воздействия	6/2
3.	Психологические особенности формирования имиджа	6/4
4.	Рекламные и PR-коммуникации как объект психологического исследования в системе ИМК	8/2
5.	Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации	6/4
6.	Роль рекламы и связей с общественностью в становлении и развитии личности и общества	8/2
Общий объем		40/18

5.4. Лабораторные работы не предусмотрены

5.5. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) не предусмотрен

5.6. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов ОФО/ЗФО
1 - 6	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной литературы и анализ научных источников Подготовка презентаций по теме Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	38/60
1 - 6	Подготовка к аттестации	0,2/3,8

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания, игровые упражнения)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Интерактивные и активные образовательные технологии

№ раздела (темы)	Вид занятия (Л, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов ОФО/ОЗФО
2.	ПР	Практическое задание	2/2
3.	ПР	Практическое задание	2/2
4.	ПР	Практическое задание	2/2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ОЗФО
3	ПР	Разработать комплекс психологических рекомендаций по формированию эффективного имиджа (объект - на выбор обучающегося, например, персона, товар, образовательное учреждение и т.д.) на основе имеющегося опыта деятельности	2	2

		отечественных и зарубежных имиджмейкеров		
6	ПР	Составить примерный план кросс-культурного анализа рекламной и PR-кампании (объект - на выбор обучающегося, например, классификация ценностей целевой аудитории, стратегии потребительского поведения, особенности рыночного сегмента и т.д.)	2	2

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

Типовые тестовые задания

1. Суждения приобретают статус общественного мнения, если...

- а) распространены в Интернете
- б) обсуждаются в коллективе
- в) публично высказаны и распространены
- г) одобрены в неформальных группах

2. Особенности работы в коллективе специалистов ПР представляет собой комплекс координированных действий по формированию общественного мнения, направленных на то, чтобы...

- а) фирма могла утвердиться в деловом мире
- б) изменить мнение и поведение людей в свою пользу
- в) добиться превосходства над конкурентами
- г) сформировать паблисити компании

3. Выборка, анкета, интервью, анализ результатов является элементами...

- а) неформального исследования
- б) социологического исследования
- в) коммуникативного аудита
- г) маркетингового исследования

4. Сформированное отношение человека к чему-либо как приемы и нормы социального взаимодействия – это...

- а) точка зрения
- б) мнение
- в) принцип
- г) установка

5. Общественность – это...

а) сотрудники предприятия, объединенные служебными отношениями, подчиняющиеся служебной дисциплине

б) группа людей, сложившаяся под влиянием определенных обстоятельств, осознающих проблемность ситуации и реагирующих на нее одинаковым образом

в) многочисленная группа потребителей, СМИ, участники политических партий, движений

г) любые группы, которые проявляют реальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей

6. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Текст задания:

Соотнесите модели движения информации

Модель движения информации			
А	Модель вещания	1	индивиды общаются непосредственно между собой, игнорируя центр или посредников самостоятельно выбирая время, место и тему информационного обмена
Б	Диалоговая модель	2	центр запрашивает и получает информацию от периферийного источника, когда ему закрыт доступ к центральному банку данных, а также при автоматической записи сообщений
В	Консультационная модель	3	предполагает распространение информации из центра одновременно многим абонентам на периферию, время и место коммуникации определены отправителем, с относительно малой возможностью личной обратной связи
Г	Регистрационная модель	4	индивид, находящийся на периферии коммуникационной линии, ищет необходимые сведения в центральном информационном хранилище, место, время и тема сообщения

		определяются периферийным пользователем, обладающим максимальной свободой
--	--	---

Поле для ответа

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

7. Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ

Текст задания: Целевая аудитория может быть дифференцирована:

- 1) только по социально-демографическому принципу;
- 2) только по политико-географическому принципу
- 3) по любому принципу, подбираемому в зависимости от целей коммуникации
- 4) не должна дифференцироваться, поскольку это пустая трата времени и сил

Поле для ответа

Ключ к оцениванию:

8. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и установите последовательность

Текст задания: Определите последовательность этапов деловой беседы:

- 1) аргументирование выдвигаемых положений;
- 2) начало беседы;
- 3) принятие решения;
- 4) завершение беседы;
- 5) информирование партнёров

Поле для ответа

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ключ к оцениванию:

--	--	--	--	--

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»
86-100% – «отлично»

Типовых практические задания

Практическое задание 1.

Деятельность по организации связей с общественностью близка по характеру другим видам коммуникативного воздействия на сознание и поведение людей: рекламе, пропаганде, журналистике. Что общего и в чем различия между такими видами деятельности, как PR и реклама, PR и пропаганда, PR и журналистика? Заполните соответствующие таблицы.

	Связи с общественностью	Реклама
Сходства		
Различия		

	Связи с общественностью	Пропаганда
Сходства		
Различия		

	Связи с общественностью	Журналистика
Сходства		
Различия		

Практическое задание 2.

Чтобы защитить "Бриллиантовую руку" от "надругательства" цензуры, Л. Гайдай придумал достаточно хитроумный ход. В конце фильма он "приклеил" документальную хронику ядерного взрыва. Приемная комиссия просто обомлела от такой "вольности". В общем, пока они уговаривали режиссера убрать этот вовсе не соответствующий идее фильма кадр, напрочь забыли о прежних придирках к другим эпизодам. Так остались "...руссо туристо, облик морале" и прочие "невинные" вещи. Задание: проанализируйте данный пример с точки зрения спин-технолога. Какой спин-прием мастерски использовал Л. Гайдай?

Критерии и шкала оценивания решения практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	Отлично ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечают установленным требованиям.
Хорошо	Хорошо ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в

	определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При неудовлетворительном ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

Типовые темы презентаций

1. Типология социальных взаимодействий.
2. Условия формирования понимания и взаимопонимания в процессе общения.
3. Основные механизмы психологического воздействия.
4. Понятие технологии «25-го кадра» в психологии рекламы.
5. Реклама как канал маркетинговой коммуникации.
6. Структура психологического воздействия рекламы на потребителя.
7. Психологические рекомендации по формированию эффективного имиджа.
8. Процесс представления и восприятия имиджа.
9. Понятие целевой аудитории в рекламе.
10. Пропаганда в условиях психологических войн.
11. Политическая реклама и имиджмейкинг.
12. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации.
13. Мифы и мифотворчество в рекламной и PR-деятельности.
14. Современные тенденции медиапотребления в условиях информационного общества.
15. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.
16. Средства общения.
17. Сущность внутренней и внешней PR-коммуникации.
18. Управление основными рекламными коммуникациями.
19. Когнитивный диссонанс и социальная атрибуция.
20. Особенности кризисных коммуникаций и особенности работы в коллективе.

Критерии и шкала оценки исполнения презентации

Оценка	Критерии
Отлично	Отлично ставится, если содержание работы полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять презентацию. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Содержание работы полностью соответствует выбранной

	<p>тематике. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент продемонстрировал в полном объеме: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад студента в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.</p>
Хорошо	<p>Хорошо ставится, если содержание работы достаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить презентацию, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Достаточно полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.</p>
Удовлетворительно	<p>При удовлетворительном ответе содержание работы недостаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Недостаточно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Научная терминология используется недостаточно, выводы недостаточно обоснованы. Студент, обнаруживший знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Личный вклад студента в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.</p>
Неудовлетворительно	<p>При неудовлетворительном ответе содержание работы не соответствует заданию. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении презентации. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем творческого продукта. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.</p>

Типовых вопросов к устному опросу

- 1 В чем состоит психологическая сущность связей с общественностью и приемы и нормы социального взаимодействия?
- 2 Охарактеризуйте особенности работы в коллективе и взаимопонимание как базовую категорию связей с общественностью.
- 3 Каковы основные механизмы психологического воздействия в рекламе и связях с общественностью?
- 4 Опишите структуру психологического воздействия рекламы на потребителя.
- 5 Охарактеризуйте связь рекламы с теорией коммуникации.
- 6 Опишите схему рекламной коммуникации.
- 7 В чем состоит сущность социальных взаимодействий?
- 8 Охарактеризуйте согласование интересов как ведущий принцип PR-деятельности.
- 9 Каково общее представление об имидже в психологии?
- 10 Перечислите основные характеристики имиджа как психического образа, его виды и функции.
- 11 Каковы этические проблемы психологических воздействий в рекламе?
- 12 Перечислите основные требования к рекламному тексту.
- 13 Каково значение цвета в рекламе?
- 14 Опишите процесс представления и восприятия имиджа.
- 15 Охарактеризуйте понятие целевой аудитории в рекламе.
- 16 Опишите соотношение психологии рекламы и комплекса маркетинговых коммуникаций.
- 17 Охарактеризуйте пропаганду как вид рекламной деятельности.
- 18 Перечислите цели и задачи пропаганды.
- 19 Каковы механизмы воздействия пропаганды на психику человека?
- 20 Перечислите психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации.
- 21 Опишите соотношение категорий «информационное пространство», «массовое сознание» и «рекламное воздействие».
- 22 Охарактеризуйте принципы создания эффективной интернет-рекламы и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
- 23 Охарактеризуйте миф в рекламе как социально-психологический феномен.
- 24 Соотнесите концепцию социально-этичного маркетинга и проблемы психологии развития личности.
- 25 Опишите взаимосвязь категорий массовой коммуникации, медиаэффектов и коммуникативных технологий.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития рекламной и PR-деятельности; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем рекламы и связей с общественностью используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к

	рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание развития рекламной и PR-деятельности; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

Типовые задания для промежуточной аттестации
Перечень типовых контрольных вопросов к зачету

- 1 Психологическая сущность связей с общественностью и приемы и нормы социального взаимодействия.
- 2 Понятие «взаимопонимание» как базовая категория связей с общественностью.
- 3 Основные механизмы психологического воздействия.
- 4 Структура психологического воздействия рекламы на потребителя.
- 5 Реклама как коммуникация, связь рекламы с теорией коммуникации.
- 6 Психологические основы рекламных коммуникаций.
- 7 Схема рекламной коммуникации.
- 8 Социальные взаимодействия. Типология социальных взаимодействий.
- 9 Когнитивный диссонанс и социальная атрибуция в рекламе.
- 10 Согласование интересов как ведущий принцип PR-деятельности и особенности работы в коллективе.
- 11 Общее представление об имидже в психологии.
- 12 Характеристики имиджа как психического образа, его виды и функции.
- 13 Гипноз, внушение, подражание в рекламе.
- 14 Заражение, убеждение, стереотип в рекламе.
- 15 Имидж, механизм «ореола», идентификация в рекламе.
- 16 Технология «25-го кадра», рекламные шоу, нейролингвистическое программирование в рекламе.
- 17 Этические проблемы психологических воздействий в рекламе.
- 18 Понятие недобросовестной и неэтичной рекламы.
- 19 Подходы к классификации видов рекламы.
- 20 Классификация основных средств распространения рекламы.
- 21 Основные требования к рекламному тексту.
- 22 Значение цвета в рекламе.
- 23 Процесс представления и восприятия имиджа.
- 24 Понятие целевой аудитории в рекламе.
- 25 Психология рекламы и комплекс маркетинговых коммуникаций.
- 26 Пропаганда как вид рекламной деятельности.

- 27 Цели и задачи пропаганды.
- 28 Механизмы воздействия пропаганды на психику человека.
- 29 Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации.
- 30 Информационное пространство, массовое сознание и рекламное воздействие.
- 31 Основные принципы эффективной интернет-рекламы и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
- 32 Политическая реклама и имиджмейкинг.
- 33 Миф в рекламе как социально-психологический феномен.
- 34 Концепция социально-этичного маркетинга и проблемы психологии развития личности.
- 35 Массовая коммуникация, медиаэффекты и коммуникативные технологии.

Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации - зачета

Оценка «зачтено» ставится, если студент получил оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и/или «зачтено» за 80% и более семинаров и практических работ.

Оценка «не зачтено» ставится, если студент получил оценки «неудовлетворительно» и/или «зачтено» за менее чем 80% семинаров и практических работ.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 451 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582925>
2. Трищенко, Д. А. Психология рекламы : учебник для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19008-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589645>
3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589645>

8.2. Дополнительная литература

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебник для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18364-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/599046>
2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587036>



8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Яндекс Браузер, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных «Корпоративный менеджмент. Библиотека управления» - www.cfin.ru

База данных «Стратегическое управление и планирование» - <http://www.stplan.ru>

База данных Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) - <https://fom.ru/>

8.5. Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Yandex- <https://www.rambler.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

Официальный сайт Федерации Психологов Образования России - <https://rospsy.ru/>

Портал «Психологический навигатор» - <https://psynavigator.ru/>

Портал психологических знаний - <http://psyjournals.ru>

Психологический проект «Психея» - <http://www.psycheya.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>

Цифровой образовательный ресурс IPRsmart - <https://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/Environment/EbsSksi>

Союз предприятий печатной индустрии - <https://www.gipp.ru>

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - <https://www.wciom.ru>

Деловое информационное пространство РБК - www.rbk.ru

Отдел государственных институтов и цифрового правительства. Департамент по экономическим и социальным вопросам - <http://publicadministration.un.org>

Рейтинговое агентство «Эксперт РА» - <http://raexpert.ru>

Российская ассоциация по связям с общественностью - <https://www.raso.ru>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 37.03.01 Психология и рабочей программой по дисциплине.

Методические указания для подготовки к лекции

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 37.03.01 Психология и рабочей программой по дисциплине.

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКСИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также сделает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;

2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);

3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся:

подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип

освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

— Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

— Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

— Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

— Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

— Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

— Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

— Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

— Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что определяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке презентаций:

Презентация - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой форме.

В качестве критериев могут быть выбраны:

- актуальность темы;
- соответствие содержания работы выбранной тематике;
- соответствие содержания и оформления работы установленным требованиям;
- обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи;
- новизна полученных данных;
- личный вклад магистра;
- возможности практического использования полученных данных.

1. Общие положения

Цель: конкретизировать знания и умения по изучаемой дисциплине, расширить кругозор

студентов, изучить разделы курса, которые не рассматриваются в ходе аудиторных занятий.

Задачи:

- приобретение новых знаний;
- развитие умений систематизировать, обобщать и логично представлять изученный материал по исследуемым проблемам;
- совершенствование навыков работы по созданию презентаций PowerPoint.

2. Правила выполнения презентации

Работа представляется на диске в версии Office2010. Выполненная презентация после предварительной проверки обязательно защищается.

3. Требования к оформлению презентации

1. Диск с работой должен быть подписан (Ф.И.О., направление подготовки, группа).
2. На первом слайде (титульном) необходимо указать тему работы.
3. На втором слайде презентации – план содержания.
4. Последний слайд – сведения об авторе.

4. Содержание презентации

1. Презентация включает в себя 12-15 слайдов любого оформления.
2. Поместить на слайды 3-4 сканированных изображения.
3. Разместить согласно тексту картинки или диаграммы.
4. Использовать текстовые и звуковые эффекты, анимацию при переходах слайдов (по выбору).
5. Возможно наличие в работе видеофайлов.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме зачета определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение триместра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки студенты также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лекционных и практических занятий используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, компьютером или ноутбуком.

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечные системы - <http://www.iprbookshop.ru/> <https://urait.ru> <https://sksi.ru/Environment/EbsSksi>).

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.