

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

Утверждаю
Декан СПФ

_____ Т.В. Поштарева
«15» мая 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Организация работы со средствами массовой информации»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

год начала подготовки – 2026

Разработана

Д-р экон. наук,
профессор кафедры СГД
_____ Е.Н. Бабина

Согласована

Заведующая кафедрой СГД
_____ Е. В. Смирнова

Рекомендована

на заседании кафедры СГД

от «15» мая 2026 г.

протокол № 13

Зав. кафедрой _____ Е. В. Смирнова

Одобрена

на заседании учебно-методической

комиссии СПФ

от «15» мая 2026 г.

протокол № 9

Председатель УМК

_____ Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2026 г.

Содержание

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

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Организация работы со средствами массовой информации» является формирование компетенций в области организации работы со средствами массовой информации (медиаарилейшнз) с их последующим практическим применением; базовых знаний о процессе выпуска коммуникационного продукта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Организация работы со средствами массовой информации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, - обязательные дисциплины части Блока 1 - «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.9) ОПОП.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Реклама в средствах массовой информации	Маркетинг в рекламе и PR
PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Преддипломная практика
Теория и практика средств массовой информации	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей Владеет навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по

		созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		А
Контактная работа (всего)	42,4	42,4
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20
из них:		
- лекции	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	20	20
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,4	0,4
Самостоятельная работа (всего) (СР)	101,6	101,6
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.)	75	75
Подготовка к аттестации	26,6	26,6
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		Б
Контактная работа (всего)	32,4	32,4
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10
из них:		
- лекции	10	10
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20

из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	20	20
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,4	0,4
Самостоятельная работа (всего) (СР)	111,6	111,6
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.)	85	85
Подготовка к аттестации	26,6	26,6
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		Б
Контактная работа (всего)	14,4	14,4
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них		
- лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	10	10
из них		
- семинары (С)		
- практические занятия (ПР)	10	10
- лабораторные работы (ЛР)		
3) групповые консультации		
4) индивидуальная работа		
5) промежуточная аттестация	0,4	0,4
Самостоятельная работа (всего) (СР)	129,6	129,6
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.)	121	121
Подготовка к аттестации	8,6	8,6
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
------------------	-----------------------------	---------------------------

1.	Медиарилейшнз: структура и содержание	<p>Медиарилейшнз как форма отношений государственных и коммерческих структур со СМИ для поддержания имиджа и репутации организации или первого лица. Базовые понятия медиарилейшнз. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов. Создание медийного образа организации. Оптимальная информационная среда субъекта, позитивное общественное мнение о субъекте, эффективное и регулярное паблисити как результаты эффективной работы со СМИ.</p> <p>Понятие медийного капитала. Опосредованное влияние на аудиторию в медиарилейшнз. Медиарилейшнз как управление информацией.</p> <p>Обязательные формы медиарилейшнз (система регулярного информирования СМИ, мероприятия для журналистов, мониторинг СМИ, подготовка выступлений представителей субъекта PR, корпоративные СМИ).</p>
2.	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	<p>Коммуникатор, аудитория, эффективность масс-медиа. Сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации.</p> <p>Современный медиарынок: структура, принципы управления и организации.</p> <p>Политическая ориентация и экономическая специфика деятельности конкретных медиа. Технологические особенности печатного, теле- и радиопроизводства, рейтинга эфирного и печатного продукта, целевая рекламная политика. Типовые и видовые характеристики СМИ. Классификация «редакционных систем» по ориентации на различные функции (М.В. Шкондин): политическая, производственная, деловая, рекламная, научная, художественная, учебно-образовательная. Типология по формам организации и собственности (Н.А. Ефимова, Ю.В. Рахманова): СМИ общественных движений и организаций; медиасредства госструктур управления; СМИ предприятий, ведомств, корпораций. Динамическая теория мировой прессы Э. Шиллингер. СМИ, ориентированные на а) самосохранение общества, б) на идейное доминирование, в) на прибыль.</p> <p>Группы классификационных признаков: особенности целей и задач, особенности аудитории, специфика распространения, количественные характеристики, особенности информационной политики. Особенности работы с различными СМИ. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. Применение системного подхода (поиск, критический анализ и синтез информации) для решения поставленных задач в процессе организации работы со СМИ.</p>
3.	Принципы работы со СМИ	<p>Формальные и неформальные принципы работы со СМИ. Массовые и индивидуальные формы работы со СМИ и их сотрудниками.</p> <p>Новость в медиарилейшнз. Информационный повод.</p> <p>Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. Способы направления информационных потоков. Информационное сегментирование, информационное ускорение, дезинформация, информационное давление, информационный шум. Создание повестки дня. Как бороться с негативизмом СМИ. Популизм, стереотипизация, создание идеалов, снятие защиты, смещение акцентов, «пробный шар», изменение масштабов, канализация негативных эмоций, символизация как приемы информационного воздействия и управления в медиарилейшнз. Формирование журналистского сообщества.</p> <p>Медиарилейшнз: этический аспект. Противоречие должного и действительного в отношениях двух социальных институтов современного информационного общества в условиях глобализации.</p> <p>Доверительность отношений PR-специалистов и сотрудников СМИ, достоверность предоставляемой информации, наличие двусторонних интересов, корректность, точность и пунктуальность в отношениях — проблема использования приведенного реестра принципов. Создание профессиональных сообществ. О способах участия в организации работ СМИ, при выпуске коммуникационного продукта. Управление в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью и организация процесса создания коммуникационного продукта в процессе взаимодействия со СМИ.</p>
4.	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	<p>PR-текст. Система медиадокументов.</p> <p>Пресс-релиз как основной документ в медиарилейшнз. Типы пресс-релизов. Композиционно-содержательная структура пресс-релиза. Другие медиадокументы.</p>

		Использование фотографий в PR-текстах. Проблема «рекламности» и достоверности PR-текстов. Средства и способы распространения PR-текстов. PR-тексты в Интернете. Комментарий как форма «заочного» общения с журналистами. Организованная утечка информации. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
5.	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	Система мероприятий для журналистов (пресс-конференции, брифинги, встречи, пресс-туры, неформальные мероприятия). Организация пресс-конференций как один из основных методов работы со СМИ. Функции, регламент, действующие лица и исполнители. Время и место проведения пресс-конференции. Подготовительный этап: составление плана действий, определение состава участников, оповещение и приглашение СМИ, подготовительная работа в день пресс-конференции. Проведение пресс-конференции: открытие пресс-конференции, выступления модератора и спикера, кульминация и окончание пресс-конференции. Организация работы после пресс-конференции. Организация выпуск продукции СМИ с применением современных информационных и коммуникационных технологий
6.	Пресс-служба в медиарелейшнз	Условия создания и место пресс-служб в структуре организации. Функции пресс-служб (аналитические, креативные, организационные) в медиарелейшнз. Стратегические цели и задачи пресс-службы. Коммерческое взаимодействие организации со СМИ. Пресс-посредническая деятельность. Специфика деятельности пресс-службы органов государственной власти. Специфика медиарелейшнз в деятельности НКО.
7.	Корпоративные СМИ	Сущность, виды корпоративных СМИ. Функции, тематика, формат. Влияние внутренних коммуникаций на внешнюю коммуникационную активность организации. «Внешние» и «внутренние» корпоративные СМИ. СМИ, предназначенные для информирования юридических лиц учредителей. Издания, ориентированные на клиентов компании. Издания для персонала и для внешней аудитории. Универсальные корпоративные издания. Внутрикorporативные коммуникации: аудит, официальные собрания персонала, исследования уровня удовлетворенности персонала, корпоративные издания, Интранет. Информационно-отраслевые порталы, сайты коммерческого взаимодействия, виртуальные офисы, «brandland». Возможности медиарелейшнз on-line. Участие в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий при работе со СМИ.
8.	Медиарелейшнз в условиях кризиса	Кризисы конфликты коммуникационного пространства. Типы конфликтов: с внешней общественностью и внутри организационные, участниками которых выступают разные виды аудиторий. Факторы превращения пассивной группы в активную общественность (Дж. Грюниг): осознание проблемы, осознание ограничений, уровень включенности. Смысловые, организационные, социокультурные и медиа-барьеры в коммуникации организации с общественностью. Причины конфликтов с медиа: отсутствие интереса к деятельности компании; нежелание руководства предоставлять информацию журналистам; отсутствие оперативного реагирования на запросы журналистов. Работа с негативными материалами СМИ; с недостоверной информацией; с критическим и искаженным освещением; собственно кризисное освещение событий. Медиарелейшнз на основе модели «ситуация - цель - стратегия - тактика - контроль». Факторы, влияющие на эффективность медиарелейшнз в кризисных ситуациях. Приемы и технологии кризисных медиарелейшнз. Создании рекламного продукта реализуемого через СМИ

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Медиарелейшнз: структура и содержание	14	2	-	2	-	10

2	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	14	2	-	2	-	10
3	Принципы работы со СМИ	14	2	-	2	-	10
4	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	13	2	-	2	-	9
5	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	17	4	-	4	-	9
6	Пресс-служба в медиарилейшнз	17	4	-	4	-	9
7	Корпоративные СМИ	13	2	-	2	-	9
8	Медиарилейшнз в условиях кризиса	13	2	-	2	-	9
	Групповые консультации	2	-	-	-	-	
	Промежуточная аттестация - Экзамен	27	-	-	-	-	
	Общий объем	144	20	-	20	-	75

Очно-заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Медиарилейшнз: структура и содержание	14	2	-	2	-	10
2	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	13	1	-	2	-	10
3	Принципы работы со СМИ	13	1	-	2	-	10
4	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	14	2	-	2	-	10
5	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	15	1	-	4	-	10
6	Пресс-служба в медиарилейшнз	16	1	-	4	-	11
7	Корпоративные СМИ	15	1	-	2	-	12
8	Медиарилейшнз в условиях кризиса	15	1	-	2	-	12
	Групповые консультации	2	-	-	-	-	
	Промежуточная аттестация - Экзамен	27	-	-	-	-	
	Общий объем	144	10	-	20	-	85

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Медиарилейшнз: структура и содержание	18			2		16
2	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	18	2		2		14
3	Принципы работы со СМИ	20	2		2		16
4	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	17	-		2		15
5	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	17	-		2		15
6	Пресс-служба в медиарилейшнз	15	-		-		15
7	Корпоративные СМИ	15	-		-		15
8	Медиарилейшнз в условиях кризиса	15	-		-		15
	Промежуточная аттестация - Экзамен	9					
	Общий объем	144	4		10		121

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Тема	Количество часов
1	1	ПР	Медиарилейшнз: структура и содержание	2
2	2	ПР	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	2
3	3	ПР	Принципы работы со СМИ	2

4	4	ПР	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	2
5	5	ПР	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	4
6	6	ПР	Пресс-служба в медиарилейшнз	4
7	7	ПР	Корпоративные СМИ	2
8	8	ПР	Медиарилейшнз в условиях кризиса	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Тема	Количество часов
1	1	ПР	Медиарилейшнз: структура и содержание	2
2	2	ПР	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	2
3	3	ПР	Принципы работы со СМИ	2
4	4	ПР	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	2
5	5	ПР	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	4
6	6	ПР	Пресс-служба в медиарилейшнз	4
7	7	ПР	Корпоративные СМИ	2
8	8	ПР	Медиарилейшнз в условиях кризиса	2

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Тема	Количество часов
1	1	ПР	Медиарилейшнз: структура и содержание	2
2	2	ПР	Типология СМИ как практическая задача медиарилейшнз	2
3	3	ПР	Принципы работы со СМИ	2
4	4	ПР	PR-текст как инструмент в медиарилейшнз	2
5	5	ПР	Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.	2

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа)

не предусмотрены

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
3.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
4.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	9
5.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	9
6.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	9
7.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	9
8.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников	9

	Подготовка конспектов по теме	
--	-------------------------------	--

Очно-заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
3.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
4.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
5.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	10
6.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	11
7.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	12
8.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	12

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	16
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	14
3.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	16
4.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15
5.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15
6.	Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15
7.	Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15
8.	Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	15

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- сбор, хранение, систематизация и представление учебной и научной информации;
- обработка текстовой 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 ресурсов и баз данных;
- использование образовательных технологий в рамках ЭИОС для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

Интерактивные и активные образовательные технологии

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
1.	ЛК	Лекция с запланированными ошибками	2
5.	ПР	Групповая дискуссия	2
6.	ПР	Практические задания	2

Очно-заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
1.	ЛК	Лекция с запланированными ошибками	2
5.	ПР	Групповая дискуссия	2
6.	ПР	Практические задания	2

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
3	ПР	Групповая дискуссия	2
4.	ПР	Практические задания	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ОЗФО	Количество часов ЗФО
4	ПР	Разработать структуру выступления перед группой аккредитованных журналистов (объект обсуждения - на выбор обучающегося, например, событие, выход на рынок новой услуги, кризисная ситуация и т.д.)	2	2	2
6	ПР	Составить пресс-релиз конкретного мероприятия (мероприятие - на выбор обучающегося, например, участие руководителя организации в общественном мероприятии, корпоративное собрание, международная конференция и т.д.)	2	2	-

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

Фирма М, для продвижения своих товаров, решила расширить свои рынки сбыта. Используя интернет, специалисты по рекламе могут использовать популярные сайты и ресурсы для продвижения своих товаров.

1. Опишите алгоритм, организации выпуска рекламной продукции в интернете.
2. Возможно ли использовать иные средства для продвижения товаров?
3. Каким образом организуется процесс создания рекламного продукта?

Задание 2.

Проведите аналитическую работу по уяснению медийной ситуации. Используя основные навыки поиска, анализа и обработки информации, определите приоритетные для сотрудничества СМИ, а также наиболее перспективные журналистские персоналии.

1. Проверьте, нет ли у вашей организации или у ее босса лично деловых отношений с владельцами интересующих вас СМИ.
2. Решите, можете ли вы использовать рекламный бюджет для «выбивания» у редактора информационного бонуса.
3. Завяжите личные знакомства с наиболее перспективными представителями СМИ.
4. Сделайте все, что необходимо, для появления у вашей организации круга «доверенных журналистов».
5. Разработайте план мероприятий для СМИ на ближайший год.
6. Разработайте систему информационных поводов на ближайший год.
7. Четко определите и постоянно уточняйте адресный лист рассылки пресс-релизов.

Задание 3.

Компания «Медком» выпускает на рынок новое лекарство от головной боли. Этап жизненного цикла товара – внедрение. Проведение рекламной компании затруднено законами Российской Федерации.

1. Подскажите, через какие средства массовой информации лучше проводить рекламную кампанию рассматриваемого товара?
2. Опишите ход участия в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий при работе со СМИ, интегрируйте различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций.
3. Разработайте концепцию продвижения рассматриваемого товара, сформируйте коммуникационные цели и маркетинговые стратегии.

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 отвечает 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.

Перечень типовых тестовых заданий

Задание №1 Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и установите соответствие

Текст задания:

Соотнесите, из какого языка происходит слово «газета» и что оно обозначает.

К одной верной позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Язык		Значение	
А	немецкий	1	Листок бумаги
Б	итальянский	2	Листок новостей
В	французский	3	Мелкая разменная монета

Поле для ответа

Запишите выбранную цифру под соответствующей буквой:

А	Б	В

Задание №2 Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ

Текст задания:

К какому виду относится репортаж, транслируемый в эфир в момент совершения каких-то действий или событий?

- а) фиксированный
- б) прямой
- в) синхронный
- г) оперативный
- д) событийный

Поле для ответа

Задание №3 Задание закрытого типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильные ответы

Текст задания:

Функции телевидения?

- а) мобилизационная
- б) психологическая
- в) развлекательная
- г) инновационная

Поле для ответа

Задание №4 Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Текст задания:

Какая из функций телевидения побуждает группы общественности к определенным социальным действиям?

- а) инновационная
- б) информационная
- в) развлекательная

- г) мобилизационная
 - д) организационная
- Поле для ответа**
-

Задание №5 Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Текст задания:

Назовите главное требование к пресс-релизу.

Поле для ответа

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Медиарилейшнз как научный предмет и сумма технологий.
2. Реклама в СМК: формы сосуществования с основной информацией.
3. Сущность, свойства, виды и источники информации.
4. Методы поиска и критического анализа информации
5. Классификация услуг в области прямой и непрямой рекламы.
6. Факторы, определяющие состав и границы целевой аудитории. Понятие потенциальной и реальной аудитории.
7. Принципы взаимодействия ПР-специалиста с журналистами.
8. Формы взаимодействия ПР-специалиста с журналистами.
9. Количественные и качественные методы анализа аудитории.
10. Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов.
11. Особенности взаимодействия с прессой, радио- и тележурналистами.
12. Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
13. Креативные, маркетинговые и технологические факторы рекламного производства.
14. Виды документов, необходимых в медиарилейшнз. Требования к составлению этих документов.
15. Выбор каналов распространения рекламы и конкретных носителей для размещения рекламы товара «Х»/компания «Х».
16. Разветвленность информационной сети в современном обществе и стратегия коммуникатора в этих условиях.
17. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценка конкурентоспособности продуктов и конкурентов.
18. Анализ возможностей прессы как средства эффективной ПР-коммуникации.
19. Анализ возможностей радио как средства эффективной ПР-коммуникации.
20. Анализ возможностей телевидения как средства эффективной ПР-коммуникации.
21. Особенности медиапланирования социальной рекламы.
22. Интернет как средство массовой коммуникации. Коммуникативные стратегии и тактики ПР-специалиста в Интернете. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
23. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
24. Роль тестирования в оценке эффективности рекламной кампании.
25. Принципы выбора канала распространения ПР-информации. Медиамикс.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив организации работы со СМИ; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем организации работы со СМИ 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 организации работы со СМИ; 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 вопросов для устного ответа на экзамене

1. Медиарилейшнз как научный предмет и сумма технологий.
2. Реклама в СМК: формы сосуществования с основной информацией.
3. Классификация услуг в области прямой и непрямой рекламы.
4. Источники информации: сущность, свойства, виды.
5. Факторы, определяющие состав и границы целевой аудитории. Понятие потенциальной и реальной аудитории.
6. Принципы взаимодействия ПР-специалиста с журналистами.
7. Формы взаимодействия ПР-специалиста с журналистами.
8. Количественные и качественные методы анализа аудитории. Методы поиска и критического анализа информации.
9. Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов.
10. Особенности взаимодействия с прессой, радио- и тележурналистами.
11. Креативные, маркетинговые и технологические факторы рекламного производства.
12. Виды документов, необходимых в медиарилейшнз. Требования к составлению этих документов.
13. Выбор каналов распространения рекламы и конкретных носителей для размещения рекламы товара «Х»/компаний «Х».
14. Разветвленность информационной сети в современном обществе и стратегия коммуникатора в этих условиях.
15. Анализ возможностей прессы как средства эффективной ПР-коммуникации.
16. Анализ возможностей радио как средства эффективной ПР-коммуникации.
17. Анализ возможностей телевидения как средства эффективной ПР-коммуникации.
18. Особенности медиапланирования социальной рекламы.
19. Интернет как средство массовой коммуникации. Коммуникативные стратегии и тактики ПР-специалиста в Интернете.
20. Специфика работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
21. Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. Роль тестирования в оценке эффективности рекламной кампании.
22. Принципы выбора канала распространения ПР-информации. Медиамикс.
23. Компьютерное моделирование в медиапланировании.
24. Формы наружной рекламы.
25. Мониторинг состояний информационной и индустриальной среды. Составление баз данных целевых аудиторий и целевых СМИ.
26. Эффекты и эффективность деятельности СМК.
27. Методы и единицы измерения аудитории конкретных радиои телепередач.

28. Рейтинги радио- и телепередач и информационная политика организации.
29. Контроль выполнения плана информационной кампании и оценка ее эффективности.
30. Рейтинги радио- и телепередач и рекламная политика СМК.
31. Взаимодействие с журналистским сообществом и роль менеджера по связям со СМИ.
32. Принципы организации и функционирования корпоративной пресс-службы.
33. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценка конкурентоспособности продуктов и конкурентов.
34. Технологии формирования новостных поводов для продвижения имиджа организации.
35. Формы подачи информационно-новостных мероприятий: тексты и мероприятия
36. Жанры PR-журналистики: от пресс-релиза до качественной PR-аналитики.
37. Специфика текстов связей с общественностью.
38. Материалы для публикации и СМИ и распространения среди журналистов.
39. Пресс-пакет и его составляющие. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
40. Пресс-релиз как основной информационный документ. Особенности структуры и стиля пресс-релиза.
41. Язык и стиль заявления для прессы.
42. Мероприятия для журналистов и с участием журналистов.
43. Идеальная пресс-конференция: от сценария до итоговых публикаций.

Контрольные практические задания

Задание 1.

В отдаленной местности, славящейся своей экологией и тишиной, планируется строительство крупного химического комбината. В силу ряда причин (удобного транспортного расположения, близости разведанных запасов сырья для химической промышленности и т.п.) химической корпорации (выступающей в данном случае в качестве организации) строительство гиганта «большой химии» именно в данной местности очень выгодно. Однако население (общественность) от данной перспективы далеко не в восторге – планируются коллективные обращения к властям, пикеты, демонстрации и т.п. В дело вступают корпоративные специалисты по public relations. Их задача, естественно, – воздействовать на общественность, для того чтобы сделать ее отношение к строительству комбината лояльным. Без взаимных уступок здесь не обойтись – организация будет вынуждена потратить определенные деньги на совершенствование своего замысла, общественности придется поступиться рядом стереотипов поведения.

Дополнительные условия

Мы исходим из того, что все шаги организации должны быть открытыми и гласными, намерения – позитивными, обещания – однозначно выполнимыми.

Формулировка задачи

Требуется разработать максимально подробно пошаговую стратегию компромисса для достижения «точки согласования» интересов организации и общественности используя интернет ресурсы при выпуске рекламных сообщений, используя навыки осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации.

Задание 2.

Проанализируйте специфику применения системного подхода (поиск, критический анализ и синтез информации) для решения следующих задач в процессе организации работы со СМИ, обобщите результаты проведенного анализа. Создайте модель медиапланирования средств массовой коммуникации для создания благоприятного образа (имиджа) организации, в которой Вы работаете. Для этого:

а) наиболее полно обозначьте критерии целевой аудитории, определив ее характеристики по половозрастным, образовательным, профессиональным признакам, по доходу, образу жизни, районам (регионам) проживания, а также обоснуйте необходимую для достижения планируемых результатов интенсивность информационного воздействия;

б) объясните, какие факторы (временные, пространственные и т. п.) делают Вашу аудиторию однородным статистическим сообществом?

в) в соответствии с целями воздействия, что для Вас наиболее приоритетно: охват, частота или качество контактов?

г) исходя из этого, сколько медиасредств Вы решили выбрать (одно, два, больше)? Наиболее рациональное с Вашей точки зрения их сочетание.

Обоснуйте своё решение.

Задание 3.

Используя навыки анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции, проанализируйте ход управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью и организация процесса создания коммуникационного продукта в процессе взаимодействия со СМИ. Фирма по выпуску джинсовой одежды разработала новую ассортиментную линию джинсовых костюмов,

предназначенных для молодых, самостоятельных, деловых людей, которые покупают одежду в специализированных магазинах.

Проведенные маркетинговые исследования показали, что мужчин, которые покупают одежду этой фирмы можно разделить на 5 групп:

- Сторонники универсального потребления (приверженцы торговой марки, носят джинсы и на работе и дома);
- Сторонники традиционного потребления (следят за тенденциями моды, ведут ночной образ жизни);
- Покупатели, ориентирующиеся на цену (предпочитают покупать товар со скидкой);
- Приверженцы традиций (потребитель в возрасте старше 45 лет, совершает покупки в сопровождении жены);
- Сторонники классической моды и независимого образа жизни (любят делать покупки самостоятельно и в специализированных магазинах).

1. Выберите и обоснуйте рекламную стратегию продвижения в СМИ и интернете.
2. Разработайте рекламный слоган для каждой категории.
3. С помощью навыков работы с большими объемами информации выберите оптимальные каналы распространения рекламы, используя современные коммуникационные технологии.
4. Предложите дополнительные мероприятия по рекламе для каждой категории клиентов.
5. Сформируйте рабочую группу по созданию контента интернет-магазина, распределите работы, скоординируйте взаимодействие между членами группы в целях наполнения и редактирования контента

Критерии и шкала оценки ответа на экзамене по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики.
Удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программные материалы в основном излагаются, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях.
Неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587376>

2. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586752>

Чефранов, С. Д. Технология производства печатных и электронных средств информации. Теоретические основы : учебник для вузов / С. Д. Чефранов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13110-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/588324>

8.2. Дополнительная литература

1. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста: учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557118>

2. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/518819>



8.3. Программное обеспечение

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

8.4. Профессиональные базы данных

База социологических данных ВЦИОМ - <https://bd.wciom.ru/?ysclid=l6ytjr8k1i764289948>

8.5. Информационные справочные системы

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

Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.google.ru>

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

Поисковая система Rambler - <http://www.rambler.ru>

8.6. Интернет-ресурсы

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

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

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

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ) <https://rusneb.ru>

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

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

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Материалы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы приведены в методических указаниях к самостоятельной работе студентов.

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Студент должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любой научный предмет, также как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая нестрогое здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовке темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

Нелишне иметь в виду и то, что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют ее в отдельную главу, а другие, включают в состав главы. Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие ее вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

Методические указания по ведению конспектов лекций и работе с ними

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 (интерактивном). Интерактивный 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 краткое последовательное изложение содержания статьи, книги, лекции. Его основу составляют план тезисы, выписки, цитаты. Конспект, в отличие от тезисов воспроизводит не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается.

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача студента на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения устных опросов, самостоятельных и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты культурологической идеи были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные

абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами – Федеральным государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

Алгоритм составления конспекта:

Определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: "Автор считает...", "раскрывает...").

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

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 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 студента

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

Базовая СР обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента 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 экзамену, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний студента, 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 студентов с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий); выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом); прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков); выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы студентов 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 подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к семинарским занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой 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 семинарскому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

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 ошибок 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 промежуточной аттестации

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 к студентам 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.

Методические указания по подготовке к экзамену

Подготовка студентов к экзамену включает три стадии:

- самостоятельная работа в течение учебного года (семестра);
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билете.

Подготовку к экзамену необходимо целесообразно начать с планирования и подбора источников и литературы. Прежде всего, следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к экзамену, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти.

Предложенная методика непосредственной подготовки к экзамену может быть и изменена. Так, для студентов, которые считают, что они усвоили программный материал в полном объеме и уверены в прочности своих знаний, достаточно беглого повторения учебного материала. Основное время они могут уделить углубленному изучению отдельных, наиболее сложных, дискуссионных проблем.

Литература для подготовки к экзамену указана в программе курса.

Однозначно сказать, каким именно учебником нужно пользоваться для подготовки к экзамену нельзя, потому что учебники пишутся разными авторами, представляющими свою, иногда отличную от других, точку зрения по различным научным проблемам. Поэтому для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников (учебных пособий). Студент сам вправе придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от позиции преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации. Наиболее оптимальны для подготовки к экзамену учебники и учебные пособия по экологическому праву, рекомендованные Министерством образования и науки.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал.

Следует точно запоминать термины и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их сущность и отличить эти понятия от других.

В ходе подготовки к экзамену студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания категорий. А это достигается не простым заучиванием, а усвоением прочных, систематизированных знаний, аналитическим мышлением. Следовательно, непосредственная подготовка к экзамену должна в разумных пропорциях сочетать и запоминание, и понимание программного материала.

В этот период полезным может быть общение студентов с преподавателями по дисциплине на групповых и индивидуальных консультациях.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, ноутбуком (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

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

Для практической подготовки обучающихся используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

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-библиотечная система– <http://www.iprbookshop.ru/> <https://urait.ru>).

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, прочитать 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.