

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Бойко Валерий Леонидович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 29.08.2022 10:34:27  
Уникальный программный ключ:  
cd88b5a606932c154bc0267765932ddf0b76b234

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ**  
*Экономический факультет  
Кафедра Экономики*

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор  Бойко В.Л.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Связи с общественностью»**

38.03.02 «Менеджмент»  
Профиль «Менеджмент в промышленности»

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочная, заочная

Год начала подготовки: 2022

Москва, 2022 г.

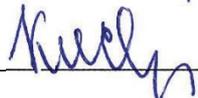
Программу подготовил(и):  
Гужин А.А.

Рабочая программа дисциплины  
**«Связи с общественностью»**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:  
Федеральный государственный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»  
(Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 970, зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 25 августа 2020 г. №59449).

составлена на основании учебного плана:  
Менеджмент направленность «Менеджмент в промышленности»  
Профессиональный стандарт 08.008 «Специалист по финансовому консультированию» (приказ №167н Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 марта 2015 г.);  
Профессиональный стандарт 40.033 «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства» (приказ № 609н Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г.)  
Профессиональный стандарт 40.049 «Специалист по логистике на транспорте» (приказ №116н Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г.)  
утвержденного Ученым советом Института от 22 июня 2021 г. протокол №10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры Экономики  
Протокол от 24 мая 2022 г. №10

Зав. кафедрой  Киселев В.В.

### 1. Цель освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся теоретического представления о сущности и методах связей с общественностью как процессе оптимизации коммуникативного пространства организации посредством формирования позитивного общественного мнения.

**Задачи дисциплины:**

- введение в проблематику государственного маркетинга, политической коммуникации, теории социального управления.
- сообщение теоретических и фактических знаний, необходимых для осмысления современных методов и технологий, используемых в организации и управлении общественными связями.

### 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к блоку Б1.В.02 части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения следующих дисциплин: Введение в специальность, Маркетинг

Освоение данной дисциплины необходимо для следующих дисциплин: Управление маркетинговыми исследованиями и маркетинговыми коммуникациями в организации.

Дисциплина изучается на 3 курсе, в 5 семестре. Форма отчетности – зачет.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен продемонстрировать следующие результаты:

Компетенция	Индикаторы	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4. Способен определять формы и методы взаимодействия с внутренней и внешней средой организации	<i>ИПК-4.1. Поддерживает постоянные контакты с рейтинговыми агентствами, консалтинговыми организациями, аудиторскими организациями, оценочными фирмами, общественными организациями, средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами</i>  <i>ИПК-4.2. Организует и проводит презентации продуктов и услуг</i>	В результате освоения дисциплины обучающийся должен: <b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• содержание курса и иметь достаточно полное представление о связях с общественностью;</li><li>• базовый понятийный аппарат;</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• составлять положение о работе PR-службы или PR-отдела в государственных и общественных организациях;</li><li>• проводить сравнительные исследования деятельности информационно-организационных структур, организующих и регулирующих общественные связи между субъектом и объектом управления;</li><li>• применять на практике профессиональные стандарты и этические нормы во взаимоотношениях со СМИ;</li><li>• выступать с докладами и презентациями на различных уровнях взаимодействия.</li></ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• специальной терминологией в области современной науки об общественных отношениях;</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• современной научной методологией исследования проблем связей с общественностью;</li> <li>• методами анализа общественных процессов;</li> <li>• навыками публичной и научной речи;</li> <li>• принципами этического поведения;</li> <li>• основными нормативными положениями.</li> </ul>
--	--	--

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часа.

На учебные занятия лекционного типа отводится по очно-заочной форме 6 часов, по заочной 4 часа,

на занятия практического (семинарского) типа — по очно-заочной форме 10 часов, по заочной 4 часа,

Самостоятельная работа составляет соответственно 56 и 60 часов.

На подготовку к зачету с оценкой отводится 4 часов.

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**5.1. Тематические разделы дисциплины и компетенции, которые формируются при их изучении**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Код формируемой компетенции
1	Теоретические основы связей с общественностью	Сущность PR. Менеджмент коммуникаций. Становление PR как науки и коммуникативной деятельности. Этическое и правовое регулирование PR-деятельности. Общественность и общественное мнение в системе PR.	ПК-4
2	Организация и проведение PR-кампаний.	Организационная и материально-техническая база проведения кампаний по связям с общественностью. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью. Проблема составления бюджета кампании по связям с общественностью. Реализация кампаний по связям с общественностью: проблемы организации специальных событий и коммуникации. Заключительный этап: оценка эффективности и составление отчета. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний: сравнительный анализ. Особенности организации и реализации кампаний по связям с общественностью в различных сферах общественной жизни	ПК-4
3	Технологии PR	Имиджмейкинг как технология. Финансовые коммуникации (Financial	ПК-4

		communications & IR) Антикризисный PR (Crisis management). Политические коммуникации (Political communications).	
4	Сферы реализации связей с общественностью	Media relations в системе внешнего PR-управления. Внутренние коммуникации (Internal and employee communications–HR) Событийный маркетинг и event-менеджмент.	ПК-4

**5.2. Разделы дисциплины, виды учебных занятий и формы текущего контроля успеваемости для очно-заочной формы обучения**

№ семестра	Наименование раздела дисциплины	Трудоемкость в часах					На СРС	Формы СРС	Формы текущего контроля с указанием баллов (при использовании балльной системы оценивания)
		Всего (вкл. СРС)	На контактную работу по видам учебных занятий			На СРС			
			Л	ПЗ	ИЗ				
1	Теоретические основы связей с общественностью	17	1	2		14	Реферирование литературы	Опрос, решение индивидуальных заданий	
2	Организация и проведение PR-кампаний.	17	1	2		14	Реферирование литературы	Опрос, решение индивидуальных заданий	
3	Технологии PR	18	2	2		14	Реферирование литературы	Ситуационный анализ	
4	Сферы реализации связей с общественностью	20	2	4		14	Реферирование литературы	Опрос, решение индивидуальных заданий	
	Зачет	4							
<b>ИТОГО:</b>		72	6	10		56			

**5.2. Разделы дисциплины, виды учебных занятий и формы текущего контроля успеваемости для заочной формы обучения**

№ семестра	Наименование раздела дисциплины	Трудоемкость в часах					На СРС	Формы СРС	Формы текущего контроля с указанием баллов (при использовании балльной системы оценивания)
		Всего (вкл. СРС)	На контактную работу по видам учебных занятий						
			Л	ПЗ	ИЗ				
1	Теоретические основы связей с общественностью	17	1	1		15	Реферирование литературы	Опрос	
2	Организация и проведение PR-кампаний.	17	1	1		15	Реферирование литературы	Опрос, решение индивидуальных заданий	
3	Технологии PR	17	1	1		15	Реферирование литературы	Ситуационный анализ	
4	Сферы реализации связей с общественностью	17	1	1		15	Реферирование литературы	Опрос, решение индивидуальных заданий	
	зачет	4							
<b>ИТОГО:</b>		<b>72</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>60</b>			

**6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание СРС	Контроль
1	Теоретические основы связей с общественностью	работа с пройденным материалом по конспектам лекций и учебнику	Проверка конспектов
2	Организация и проведение PR-кампаний.	работа с пройденным материалом по конспектам лекций и учебнику	Проверка конспектов, проверка заданий
3	Технологии PR	работа с пройденным материалом по конспектам	Проверка конспектов, проверка заданий

		лекций и учебнику	
4	Сферы реализации связей с общественностью	работа с пройденным материалом по конспектам лекций и учебнику	Проверка конспектов, проверка заданий

## 7. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 7.1. Общие условия

Промежуточная аттестация проводится в 5 семестре в форме зачета.

### 7.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Показатели достижения результатов обучения	Критерии и шкала оценивания				Перечень оценочных средств
		Отлично	Хорошо	Удовл	Неудовл.	
ПК-4	показателем ее формирования служит способность определять формы и методы взаимодействия с внутренней и внешней средой организации	<p>Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи.</p>	<p>Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи.</p>	<p>Допускаются нарушения в последовательности изложения. Демонстрируются поверхностные знания вопроса. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи. Отмечается слабое владение терминологией.</p>	<p>Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Имеются заметные нарушения норм литературной речи.</p>	<p>Тесты Рефераты Практические задачи</p>

## 8. Лабораторный практикум - не предусмотрен.

## 9. Практические занятия (семинары).

Практические занятия (семинары) являются формой аудиторной групповой работы под руководством преподавателя. Занятия проводятся в группах. Основной целью занятия является формирование умений решать практико-ориентированные задачи

Семинарские занятия по каждой теме обеспечены набором вариативных расчетных и организационно-практических задач.

## 10. Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Вопросы к зачету:

1. Public relations (PR) в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Public relations как форма коммуникации и наука.
3. Понятие, цель, задачи, функции и технологии PR.
4. Основные понятия PR (коммуникация, имидж, паблисити, репутация, общественность, общественное мнение, релиз). Соотношение понятий в PR-практике.
5. Субъекты и объекты PR. Компоненты рынка PR.
6. Виды и модели PR.
7. История становления public relations в США и Европе.
8. Становление PR в России.
9. Этическое регулирование связей с общественностью.
10. Правовое регулирование связей с общественностью.
11. Понятие «общественность»: сущность, ситуативный подход к определению.
12. Типология общественности.
13. Понятие «общественное мнение». Мнение, отношение, установки.
14. Признаки, функции, методы формирования общественного мнения.
15. Типы PR-исследований. Социологические исследования в PR: общая характеристика.
16. Первичные и вторичные методы PR-исследований. Характеристика.
17. Сущность, характеристики и типология PR-кампаний.
18. Цели и технологические этапы PR-кампаний.
19. Критерии оценки эффективности PR-кампаний. Стратегии PR-кампаний.
20. Media relations (MR) как PR-технология: цель, задачи, формы, принципы, направления, субъекты.
21. Профессиональные навыки и функции специалиста по media relations.
22. Организация media relations: модель RACE, факторы стратегического планирования.
23. Функции PR-текста. Контролируемые и неконтролируемые PR-материалы: общая характеристика.
24. Контролируемые письменные PR-материалы, предназначенные для внешней аудитории. Характеристика.
25. Контролируемые PR-материалы, предназначенные для внутренней аудитории. Характеристика.
26. Неконтролируемые PR-материалы. Характеристика.
27. Правила создания PR-текстов.
28. Сущность и объекты формирования имиджа.
29. Функции, структура и характеристики имиджа.
30. Виды, типы имиджа.
31. Методы формирования имиджа.
32. Психотехнологии формирования имиджа.
33. Проектирование имиджевых кампаний.
34. Понятие и классификация специальных мероприятий (special events).
35. Корпоративные специальные мероприятия: задачи, виды.
36. Деловые специальные мероприятия: задачи, характеристика форм проведения.
37. Массовые (развлекательные) специальные мероприятия: характеристика форм.
38. Специальные мероприятия для СМИ: задачи, формы, организация.
39. Правила подготовки специального мероприятия.
40. Фандрайзинг как финансовая PR-коммуникация: задачи, основные понятия.
41. История развития фандрайзинга. Правовая основа деятельности НКО в РФ.
42. Виды, методы и направления фандрайзинга.

43. Основные формы фандрайзинга.
44. Организация фандрайзинга.
45. Психологические механизмы спонсорства
46. Антикризисный PR: факторы и характеристика кризисов, признаки проявления.
47. Классификация кризисных ситуаций. Стадии и причины кризисов.
48. Кризис-менеджмент: сущность, антикризисный план, рекомендации по управлению кризисом.
49. Виды кризисных стратегий.
50. Лоббизм: сущность, субъекты, история.
51. Классификация, методы и формы лоббизма.
52. Технологии лоббизма. Характеристика.
53. GR (Governmentrelations) как предпринимательский лоббизм: функции, направления влияния.
54. Сущность, виды, инструменты и приемы политического PR.
55. Сущность и задачи внутрикорпоративных коммуникаций (HR).
56. Виды внутрикорпоративных коммуникаций. Общая характеристика.
57. Информационные и аналитические внутрикорпоративные коммуникации. Характеристика инструментов.
58. Коммуникативные и организационные внутрикорпоративные коммуникации. Характеристика инструментов.
59. Этапы организации внутрикорпоративного PR.
60. Корпоративная культура в системе внутренних коммуникаций: сущность, функции, виды, методы формирования.

#### **11. Перечень образовательных технологий**

В процессе преподавания дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Лекция - диалог
2. Лекция-дискуссия
3. Решение ситуационных заданий
4. Тестирование

#### **12. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

##### **Основная литература**

1. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы : практикум / А. Г. Милюкова. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 127 с. — ISBN 978-5-4487-0723-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/96768.html>
2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; под редакцией В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/80707.html>
3. Хамаганова, К. В. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / К. В. Хамаганова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. — 186 с. — ISBN 978-5-7937-1487-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102682.html>

## Дополнительная литература

1. Гринь, С. Н. Связи с общественностью : методическое пособие (курс лекций) / С. Н. Гринь. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 183 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86416.html>
2. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса : практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 295 с. — ISBN 978-5-394-03150-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85403.html>
3. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95335.html>
4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html>

## Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru) – журнал «Советник»;
2. [www.soob.ru](http://www.soob.ru) – журнал «Сообщение»;
3. [www.mediaguide.ru](http://www.mediaguide.ru) – база данных о российских СМИ;
4. [pr-dialog.com](http://pr-dialog.com) – журнал «PR-диалог»;
5. [www.raso.ru](http://www.raso.ru) – Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО).
6. [www.press-service.ru](http://www.press-service.ru) – журнал «Пресс-служба»;
7. [www.e-pr.nm.ru](http://www.e-pr.nm.ru) – Интернет-клуб связей с общественностью.

## 13. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение учебной дисциплины «Государственное регулирование экономики» предполагает овладение материалами лекций, учебника, программы, работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение письменных работ в форме рефератов, тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемого раздела, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов.

## 14. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Операционная система – Linux, пакет офисных программ – LibreOffice либо операционная система – Windows, пакет офисных программ – Microsoft Office в зависимости от распределения аудиторий. Учебные аудитории оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института.

## 15. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины необходимо наличие аудитории, оснащённой мультимедийными средствами обучения для чтения лекций и проведения семинарских занятий.

## 17. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ПО ПОДГОТОВКЕ И ПРОВЕДЕНИЮ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.

### ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ ЛЕКЦИЙ

**Лекция** (от лат. lectio – чтение) – систематическое, последовательное и ясное изложение преподавателем учебного материала или какого-либо научного вопроса. При необходимости может сопровождаться демонстрацией слайдов и фильмов. Как одна из организационных форм и методов обучения традиционна для высшей школы. Лекция – экономный по времени способ сообщения студентам значительного объема информации. В среднем учебная лекция занимает 1,5 – 2 часа.

Основными современными **требованиями**, предъявляемыми к лекции, являются: целостное и систематическое изложение материала, его научность, доступность, органичная связь с другими видами учебных занятий.

Лекция должна иметь:

- четкую структуру и логику раскрытия последовательно изучаемых вопросов;
- иметь законченный характер освещения определенной темы (проблемы), связь с предыдущим материалом;
- быть доказательной и аргументированной, содержать достаточное количество примеров, обоснований, доказательств;
- ставить перед студентами вопросы для размышления;
- лектор должен уметь пробуждать интерес к знаниям, стимулировать к самостоятельной работе;
- лектору необходимо уметь удерживать внимание аудитории, его речь должна быть культурной, т.е. отличаться смысловой точностью и грамматической правильностью; он должен владеть специальной терминологией и уметь ее разъяснять.

От лектора требуется не только четкое и логически связанное изложение содержания предмета, но и умение направить и стимулировать слушателей к активной мыслительной работе. Восприятие лекции слушателями зависит от качества материала. Главное в лекции – умение активизировать познавательную деятельность слушателей, добиться ответной мыслительной реакции. Лекция призвана подтолкнуть студентов к размышлению, подсказать направления самостоятельной работы, побудить к действию.

В каждой лекции должны быть неразрывно объединены два начала - образовательное и воспитательное. В лекции не должно быть ничего лишнего, все направляется на достижение поставленной цели, на раскрытие основной идеи, на доказательство того или иного положения. Существенное значение имеет использование на лекции средств обратной связи различной степени сложности. Обратная связь выступает как способ для лектора получать представление о ходе усвоения материала и активности аудитории.

**Подготовка лекции** - это процесс, включающий в себя сбор, накопление и распределение материала по времени, продумывание логического построения лекции, выделение наиболее важных моментов из всего материала. Лекция должна аккумулировать все накопленные материалы, так или иначе относящиеся к теме. Процесс подготовки к лекции индивидуален и во многом зависит от сложности темы, подготовленности преподавателя, особенностей учебной группы. Однако, несмотря на это, можно выделить основные этапы в процессе подготовки, характерные для лекции по любому учебному предмету. К ним относятся:

- изучение исходной документации;
- разработка замысла лекции и выбор целесообразной методики;
- оформление лекции, репетиция.

**Структура лекции:**

- название темы;
- указание времени на лекцию в целом, вводную часть, основную часть, заключение;
- вводная часть;

- основная часть;
- краткие выводы по каждому из вопросов;
- заключение;
- список использованной литературы.

К исходной документации, которой обязан руководствоваться преподаватель, относятся программа учебной дисциплины, учебники и учебно-методические пособия, частные методики преподавания дисциплины, расписание занятий со студентами. При разработке замысла лекции одной из важных задач преподавателя является постановка учебной проблемы. Умение найти основную идею в каждой лекционной теме имеет решающее значение для ее успеха. Как правило, тема лекции определена учебной программой данной дисциплины. Она обязательна для преподавателя. Изменения в названии темы, постановке учебных вопросов обязательно обсуждаются на кафедре и только после соответствующего утверждения вносятся коррективы. Самостоятельно изменять их формулировку преподаватель не имеет права. Его право – выбирать содержание, соответствующее теме и учебным вопросам, а также методы, ведущие к достижению оптимального результата познавательной деятельности студентов. При выборе методов преподаватель исходит из соображения педагогической целесообразности и учета состава студенческой аудитории. При разработке структуры лекции важно смоделировать эффект ее воздействия, расчленив учебный материал на модули, логически увязанные друг с другом, сформулировать основные идеи и выводы по каждому учебному вопросу и теме в целом; надо так подойти к собранному материалу и так знать его, чтобы найти каждому учебному модулю его логическое место. Логическая стройность, соразмерность и взаимосвязь отдельных частей ведет к четкости ее изложения, ясности освещения вопроса, облегчает ее понимание студентами.

Оформление лекции заключается, как правило, в разработке ее полного текста или плана-конспекта. Полный текст лекции необходим при чтении лекции по особо важному учебному материалу. В плане-конспекте дается краткое содержание излагаемых вопросов, фактический материал, выводы и обобщения, пометки о времени и месте демонстрации средств наглядности, а также другие пометки, необходимые преподавателю в ходе чтения лекции. В отдельных случаях преподаватель составляет краткий план лекции, включая в него обязательные входные данные и перечень вопросов с распределением их по времени.

#### ***Вводная часть (введение).***

Вступление (введение) определяет не только тему и план, но и цель лекции. Оно призвано заинтересовать и настроить аудиторию на слушание материала. На лекции преподавателю необходимо сначала установить контакт с аудиторией, затем, не торопясь, четко и ясно, назвать тему лекции, дать студентам записать ее. Далее перейти к изложению вводной части, в которой определяется место темы в изучаемом курсе и ее значение для практической деятельности студентов, проинформировать о распределении времени на тему. Если это не первая лекция по теме, то преподаватель должен связать ее с предшествующей лекцией. Далее следует перечислить учебные вопросы и дать возможность студентам записать их.

Проведение лекции может предусматривать различные варианты ее начала, однако в целом вводная ее часть должна четко ориентировать студентов в рамках рассматриваемой проблемы, а также указать на то, что они должны усвоить на лекции, чему конкретно научиться.

Вводная часть лекции не должна занимать более 5 – 7 минут. Темп ее изложения, как правило, выше темпа изложения содержания учебных вопросов, что заставляет обучаемых психологически собраться и сосредоточиться.

Важное условие успеха преподавателя на лекции – интонация, выразительность его речи, оптимальность ее ритма и темпа, включение элементов юмора. Определяя темп речи, преподаватель должен учитывать, что студенты записывают только то, что преподаватель подчеркивает голосом, разрядкой речи, педагогическими паузами и повторами отдельных положений, приглашением обучаемых к тому, чтобы они запомнили то или иное положение, выделенное преподавателем.

***Заключительная часть.*** Заключение в структуре лекции имеет также большое значение, т.к. именно оно позволяет подвести итоги сказанному, поставить перед студентами необходимые задачи, указать на связь с последующим учебным материалом и порядок подготовки к

следующему занятию, ответить на вопросы, возникшие за время лекции. После ответов на возникшие вопросы лектор заканчивает занятие.

Необходимо помнить, что к важнейшим преимуществам лекционного обучения относится то, что лектору можно задать вопрос и тут же получить ответ. После того, как на поступивший вопрос дан полный и достаточно обоснованный ответ, преподавателю после лекции следует обдумать, почему заданы такие вопросы, и внести необходимые коррективы в текст лекции.

Лекторское мастерство преподавателя, как и его знания, оттачиваются в результате ежедневного труда. Для этого требуется тщательный анализ результатов каждой прочитанной лекции, как по ее содержанию, так и по форме изложения.

## ПОДГОТОВКА И ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Специфика этого вида занятий (семинаров) состоит в выполнении самостоятельно или под руководством преподавателя заданий и является активной формой учебных занятий. Практические занятия призваны развивать и закреплять у студентов навыки самостоятельной работы, применять полученные на лекциях знания. В ходе семинара вырабатывается умение формулировать, обосновывать и излагать собственное суждение по обсуждаемому вопросу, умение отстаивать свои взгляды, а также углубляются и закрепляются знания, полученные на лекциях и в ходе самостоятельной работы.

Во всех случаях семинары выполняют познавательную, воспитательную и контрольную функции, т.е. в ходе подготовки и проведения семинара студенты приобретают более глубокие знания, существенно расширяется их представление об изучаемом предмете, приобретается способность свободно оперировать понятиями и терминами, ранее им неизвестными. В ходе семинара преподаватель изучает обучаемых, степень усвоения ими материала. Семинары выполняют также и функцию контроля: преподаватель составляет суждение об уровне знаний обучаемых, получает представление о сильных и слабых сторонах их подготовки – все это дает возможность преподавателю своевременно оказать необходимую помощь слабо успевающим студентам.

Разумеется, что всего этого удастся достичь только в случае высокой активности студентов, которая напрямую зависит от уровня их подготовленности, а также от умения преподавателя создать атмосферу раскованности, взаимопонимания и взаимодействия. К традиционным семинарам в высшей школе относят:

- занятия, основная цель которых – углубленное изучение определенного систематического курса и тематически связанного с ним;
- занятия, предназначенные для основательной проработки отдельных, наиболее важных и типичных в методологическом отношении тем курса или отдельной темы;

### ***Основные функции практического (семинарского) занятия:***

***Познавательная функция.*** Семинар позволяет организовать творческое, активное изучение теоретических и практических вопросов, установить непосредственное общение преподавателя со студентами, формирует самоконтроль за правильным пониманием изучаемого материала со стороны студентов, расширяет и закрепляет знания, навыки и умения.

***Воспитательная функция.*** Семинар осуществляет связь теоретических знаний с практикой, усиливает обратную связь субъекта и объекта воспитания, дает возможность преподавателю изучить индивидуальные особенности каждого студента.

***Функция контроля.*** Семинар позволяет проконтролировать уровень знаний, навыков и умений студентов, качество их самостоятельной работы.

### ***Подготовка семинара.***

Работу к организации данного вида занятий преподаватель начинает с определения исходных данных. К ним относятся: тема, вопросы, определенные учебной программой, состав студентов и уровень их подготовки, время и продолжительность занятия, возможности учебно-материальной базы. При разработке исходных данных преподаватель руководствуется учебной программой,

которая регламентирует глубину и направленность обучения. Учебные и воспитательные цели преподаватель формулирует исходя из темы, педагогических задач и уровня подготовки студентов.

Изучив общие положения и методическую литературу по предмету, преподаватель начинает непосредственную подготовку к занятию. При выборе методов преподаватель исходит из содержания вопросов, подготовленности студентов, целей занятий и возможностей учебно-материальной базы. Необходимо стремиться к тому, чтобы избранные методы обучения и методические приемы способствовали углубленному изучению предмета, а также прививали практические навыки.

При расчете учебного времени необходимо учитывать содержание учебных вопросов и цель занятия – чего хочет добиться преподаватель от студентов: овладения ими знаниями или знаниями, навыками и умениями.

При подготовке к семинару преподаватель должен подобрать ряд примеров, на которых можно отработать лекционный материал, показать практическое значение темы, тщательно продумать порядок их на занятии. Обязательно необходимо подобрать задания разной сложности (от простого к сложному), а также более сложные задания для сильных студентов. Затем ему необходимо отобрать наглядные пособия для практического занятия, определить технические средства обучения и изучить правила их использования на занятии. Особенно тщательно продумывается задание на самоподготовку студентам, разрабатывается план семинарского занятия. Преподаватель контролирует подготовку студентов к семинару, оказывает им помощь.

При личной подготовке к семинарскому занятию преподаватель детально разбирается в теме, просматривает литературные источники, которые рекомендовал для изучения студентам, просматривает систему наглядности на предстоящем занятии. По итогам личной подготовки преподаватель составляет план-конспект. Он является основным рабочим документом преподавателя и определяет направление и ход занятия. Обычно план-конспект составляется в произвольной форме, должен быть прост и удобен для использования на занятии. В нем, как уже отмечалось ранее, должно быть отражены: тема занятия; учебные и воспитательные цели; время, отводимое на занятие; учебные вопросы и распределение времени; метод проведения занятия; место проведения занятия; материальное обеспечение; руководства и пособия; порядок проведения занятия.

Перед проведением занятия преподаватель может проверить качество подготовки студентов к занятию.

## ПРОВЕДЕНИЕ КОЛЛОКВИУМА

Коллоквиум (от латинского *colloquium* – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы.

*Цель* проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала.

В рамках поставленной цели решаются следующие *задачи*:

- выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала;
- развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей;
- расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся;
- развитие навыков обобщения различных литературных источников;
- предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу.

В результате проведения коллоквиума *преподаватель должен иметь представление*:

- о качестве лекционного материала;
- о сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций;
- о сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий;
- об уровне самостоятельной работы учащихся;

- об умении студентов вести дискуссию и доказывать свою точку зрения;
- о степени эрудированности учащихся;
- о степени индивидуального освоения материала конкретными студентами.

В результате проведения коллоквиума *студент должен иметь представление:*

- об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы;
- о недостатках самостоятельной проработки материала;
- о своем умении излагать материал;
- о своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения.

В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума.

В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на семинарских занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой студенты должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его соответствия реальной практике.

Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо провести так, чтобы сами студенты сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.