

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»
(СПбГУТ)**

Кафедра _____ Социально-политических наук _____
(полное наименование кафедры)



УТВЕРЖДАЮ
И.о. первого проректора

[Handwritten signature]
С.И. Ивасишин
1» 07 2022г.

Регистрационный № 22.01/313-Д

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в Интернете
(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки / специальности)

бакалавр
(квалификация)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма, заочная форма
(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Реклама и связи с общественностью в Интернете» является:

дать студентам научное представление о возникновении и развитии социологических концепций постиндустриального общества, основах теории информационного общества, показать роль и значение сферы телекоммуникаций и компьютерных технологий в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью. Курс нацелен на выработку знаний и практических навыков применения информационных технологий в сфере рекламы и связей с общественностью.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

- ознакомить бакалавров с основными социологическими концепциями постиндустриального общества; - объяснить специфику телекоммуникационной сферы и компьютерных технологий в повседневной деятельности по рекламе и связям с общественностью; - вооружить будущих специалистов навыками практической деятельности в области связей с общественностью с применением телекоммуникационных средств связи и учету специфики работы в этой сфере; - привить им навыки по созданию информационных, информационно-аналитических, аналитических и рекламно-публицистических материалов в сфере телекоммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в Интернете» Б1.Б.32 является одной из дисциплин базовой части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Основы рекламы»; «Основы связей с общественностью».

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	ПКО-3	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Индикаторы достижения компетенций

Таблица 2

ПКО-3.1	Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
---------	---

ПКО-3.2	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
ПКО-3.3	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры	
			7	
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	72	72	
Контактная работа с обучающимися		36.25	36.25	
в том числе:				
Лекции		14	14	
Практические занятия (ПЗ)		20	20	
Лабораторные работы (ЛР)			-	
Защита контрольной работы			-	
Защита курсовой работы		2	2	
Защита курсового проекта			-	
Промежуточная аттестация		0.25	0.25	
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)		35.75	35.75	
в том числе:				
Курсовая работа		20	20	
Курсовой проект			-	
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала		7.75	7.75	
Подготовка к промежуточной аттестации		8	8	
Вид промежуточной аттестации			Зачет	

Заочная форма обучения

Таблица 4

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры		
			ус9	9	10
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	72	2	35	35
Контактная работа с обучающимися		8.25	2	6	0.25
в том числе:					
Лекции		2	2	-	-
Практические занятия (ПЗ)		4	-	4	-
Лабораторные работы (ЛР)			-	-	-
Защита контрольной работы			-	-	-
Защита курсовой работы		2	-	2	-
Защита курсового проекта			-	-	-
Промежуточная аттестация		0.25	-	-	0.25
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)		59.75	-	29	30.75
в том числе:					
Курсовая работа		20	-	20	-
Курсовой проект			-	-	-

И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала	39.75	-	9	30.75
Подготовка к промежуточной аттестации	4	-	-	4
Вид промежуточной аттестации		-	-	Зачет

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 5

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	№ семестра		
			очная	очно-заочная	заочная
1	Раздел 1. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	Основные целевые аудитории и их профиль. Основные издания по данной теме и Интернет-ресурсы. Концепция социально ответственного бизнеса в приложении к сфере телекоммуникаций.	7		9
2	Раздел 2. Психологические аспекты телекоммуникационной сферы. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира	Основные аспекты психологии взаимодействия человека со сложной телекоммуникационной техникой, учет которых необходим для организации эффективных маркетинговых, рекламных и PR-мероприятий, психологии компьютеризации населения, психологические особенности деятельности человека в Интернет, восприятие человеком Интернет, мобильной связи, телевидения и т.д. История создания и развития глобальной сети Интернет. Особенности ее функционирования как канала телекоммуникаций и канала передачи PR-обращений. Преимущества и недостатки Интернет по сравнению с другими средствами массовой информации. Ограничения, связанные с основными характеристиками аудитории российского сегмента сети, перспективы роста аудитории, основные целевые группы, проблемы диспропорционального развития аудитории сети. Социально-демографические характеристики Интернет-аудитории в России и за рубежом.	7		9
3	Раздел 3. Теория и практика применения сети Интернет в качестве инструмента PR и рекламы	PR-мероприятия и рекламные, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет. Интернет-сайт как основной инструмент коммуникации в сети Интернет. Виды и типы сайтов. Проблемы разработки контента сайтов и участие в этой работе специалиста по связям с общественностью и рекламе.	7		9

4	Раздел 4. Технологии рекламы в Интернете Продвижение: SEO (Search Engine Optimization), SMO (Social Media Optimization), SMM (Social media marketing), Краудсорсинг (crowdsourcing), вирусный маркетинг	Баннерная и селективная реклама. Основные плюсы и минусы данных технологий. Направленность на целевую аудиторию. Внутренняя и внешняя поисковая оптимизация. Продвижение сайта в социальных сетях. Работа по связям с общественностью в блогах. Наука сбора, фильтрации и первичного анализа информации с использованием «толпы» - самоорганизующейся и не имеющей иерархических структур. Продвижение товаров и услуг компании с помощью понятных и креативных видеороликов.	7	9
---	---	---	---	---

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

Таблица 6

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин
1	Реклама и связи с общественностью в бизнесе

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

Очная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	4	4				8
2	Раздел 2. Психологические аспекты телекоммуникационной сферы. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира	4	4				8
3	Раздел 3. Теория и практика применения сети Интернет в качестве инструмента PR и рекламы	4	4			4	12
4	Раздел 4. Технологии рекламы в Интернете Продвижение: SEO (Search Engine Optimization), SMO (Social Media Optimization), SMM (Social media marketing), Краудсорсинг (crowdsourcing), вирусный маркетинг	2	8			3.75	13.75
Итого:		14	20	-	-	7.75	41.75

Заочная форма обучения

Таблица 8

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
-------	---------------------------------	---------	----------------	--------------	-----------	-----	-------------

1	Раздел 1. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	2	2			9	13
2	Раздел 2. Психологические аспекты телекоммуникационной сферы. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира		2			30.75	32.75
3	Раздел 3. Теория и практика применения сети Интернет в качестве инструмента PR и рекламы						
4	Раздел 4. Технологии рекламы в Интернете Продвижение: SEO (Search Engine Optimization), SMO (Social Media Optimization), SMM (Social media marketing), Краудсорсинг (crowdsourcing), вирусный маркетинг						
Итого:		2	4	-	-	39.75	45.75

6. Лекции

Очная форма обучения

Таблица 9

№ п/п	Номер раздела	Тема лекции	Всего часов
1	1	Часть 1. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	2
2	1	Часть 2. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	2
3	2	Часть 1. Психологические аспекты телекоммуникационной сферы. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира	2
4	2	Часть 2. Психологические аспекты телекоммуникационной сферы. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира	2
5	3	Часть 1. Теория и практика применения сети Интернет в качестве инструмента PR и рекламы	2
6	3	Часть 2. Теория и практика применения сети Интернет в качестве инструмента PR и рекламы	2
7	4	Часть 1. Технологии рекламы в Интернете Продвижение: SEO (Search Engine Optimization), SMO (Social Media Optimization), SMM (Social media marketing), Краудсорсинг (crowdsourcing), вирусный маркетинг	2
Итого:			14

Заочная форма обучения

Таблица 10

№ п/п	Номер раздела	Тема лекции	Всего часов
1	1	Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	2
Итого:			2

7. Лабораторный практикум

Рабочим учебным планом не предусмотрено

8. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 11

№ п/п	Номер раздела	Тема занятия	Всего часов
1	1	Основные целевые аудитории и их профиль. Основные издания по данной теме и Интернет-ресурсы. Концепция социально ответственного бизнеса в приложении к сфере телекоммуникаций.	4
2	2	Основные аспекты психологии взаимодействия человека со сложной телекоммуникационной техникой, учет которых необходим для организации эффективных маркетинговых, рекламных и PR-мероприятий, психологии компьютеризации населения, психологические особенности деятельности человека в Интернет, восприятие человеком Интернет, мобильной связи, телевидения и т.д. История создания и развития глобальной сети Интернет. Особенности ее функционирования как канала телекоммуникаций и канала передачи PR-обращений. Преимущества и недостатки Интернет по сравнению с другими средствами массовой информации. Ограничения, связанные с основными характеристиками аудитории российского сегмента сети, перспективы роста аудитории, основные целевые группы, проблемы диспропорционального развития аудитории сети. Социально-демографические характеристики Интернет-аудитории в России и за рубежом.	4
3	3	PR-мероприятия и рекламные, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет. Интернет-сайт как основной инструмент коммуникации в сети Интернет. Виды и типы сайтов. Проблемы разработки контента сайтов и участие в этой работе специалиста по связям с общественностью и рекламе.	4
4	4	Баннерная и селективная реклама. Основные плюсы и минусы данных технологий. Направленность на целевую аудиторию. Внутренняя и внешняя поисковая оптимизация. Продвижение сайта в социальных сетях. Работа по связям с общественностью в блогах. Наука сбора, фильтрации и первичного анализа информации с использованием «толпы» - самоорганизующейся и не имеющей иерархических структур. Продвижение товаров и услуг компании с помощью понятных и креативных видеороликов.	4
5	4	Баннерная и селективная реклама. Основные плюсы и минусы данных технологий. Направленность на целевую аудиторию. Внутренняя и внешняя поисковая оптимизация. Продвижение сайта в социальных сетях. Работа по связям с общественностью в блогах. Наука сбора, фильтрации и первичного анализа информации с использованием «толпы» - самоорганизующейся и не имеющей иерархических структур. Продвижение товаров и услуг компании с помощью понятных и креативных видеороликов.	4
Итого:			20

Заочная форма обучения

Таблица 12

№ п/п	Номер раздела	Тема занятия	Всего часов
1	1	Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	2
2	2	Психологические аспекты телекоммуникационной сферы. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира	2
Итого:			4

9. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом предусмотрена курсовая работа.

Подготовка к написанию курсовой работы.

Курсовая работа направлена на закрепление теоретических знаний путем решения конкретной практической задачи по изучаемой дисциплине.

Подбор литературы осуществляется студентом самостоятельно, с учетом рекомендованного перечня. Изучение литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, а также рекомендуемых источников к планам семинарских и практических занятий.

План курсовой работы должен состоять из введения, 3 глав и 2-4 вопросов (пунктов) в основной части, заключения, списка литературы и приложений. Формулировки пунктов плана определяются целевой направленностью работы, исходя из её задач.

В процессе написания курсовой работы студент должен разобраться в теоретических вопросах избранной темы, самостоятельно проанализировать практический материал, разобрать и обосновать практические предложения.

В установленные кафедрой сроки законченная курсовая работа представляется на проверку преподавателю. Преподаватель, проверив работу, может вернуть ее для доработки вместе с письменными замечаниями. Студент должен устранить полученные замечания в установленный срок, после чего работа окончательно оценивается.

Таблица 13

№ п/п	Тема курсового проекта (работы)
1	Интернет-продвижение бренда (по согласованию со студентом)

10. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 14

№ п/п	Номер раздела	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Всего часов
1	3	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	4
2	4	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	3.75
Итого:				7.75

№ п/п	Номер раздела	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Всего часов
1	1	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	9
2	2	Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе)	собеседование	30.75
Итого:				39.75

11. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;
- методические рекомендации по подготовке и защите курсовой работы (проекта).

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с Методическими рекомендациями по формированию ФОС и приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017г. № 301 г. Москва "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры" и является приложением к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

13. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

12.1. Основная литература:

1. Ромат, Е. В.
Реклама: Учебник для вузов. 9-е изд. Стандарт третьего поколения : [Электронный ресурс] / Е.В. Ромат, Д.В. Сендеров. - Санкт-Петербург : Питер, 2016. - 544 с. : ил. - URL: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=352693>. - ISBN 978-5-496-02286-6 : Б. ц. Стандарт третьего поколения.
2. Кульназарова, Анастасия Витальевна.
Основы деловых коммуникаций : [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Кульназарова ; рец.: Д. В. Шутман, И. Г. Чередов ; Федер. агентство связи, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2018. - 76 с. : ил. - 467.11 р.
3. Шарков, Ф. И.
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К, 2016. - 324 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93300>. - ISBN 978-5-394-00792-7 : Б. ц. Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. Рекомендовано Учебно-методическим объединением вузов Российской Федерации по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" . - [Б. м. : б. и.]. - <https://e.lanbook.com/book/56212>

12.2. Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебное пособие / В. А. Ачкасова [и др.] ; ред.: В. А. Ачкасова, Л. В. Володина ; рец.: А. П. Баранников, С. А. Лосев. - СПб. : Речь, 2005. - 336 с. - Библиогр. : с. 334-346. - ISBN 5-9268-0351-9 : 175.00 р. - Текст : непосредственный.
2. Чумиков, Александр Николаевич.
Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / А. Н. Чумиков ; рец.: Л. Н. Тимофеева, Т. В. Карадже. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. : ил. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0656-7 : 255.00 р., 267.70 р. - Текст : непосредственный.
3. Кульназарова, Анастасия Витальевна.
Реклама в коммуникационном процессе : [Электронный ресурс] : практикум / А. В.

- Кульназарова ; рец. Д. В. Шутман ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2016. - 31 с. : ил. - 332.68 р.
4. Сафронова, Н. Б.
Маркетинговые исследования : [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - Москва : Дашков и К, 2017. - 296 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93419>. - ISBN 978-5-394-01470-3 : Б. ц. Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. Допущено Учебно-методическим объединением по образованию в области коммерции и маркетинга в качестве учебного пособия для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Торговое дело» (профиль «Маркетинг») . - [Б. м. : б. и.]. - <https://e.lanbook.com/book/56250>
5. Вирен, Г.
Современные медиа: Приемы информационных войн : [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Г. Вирен. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/97232>. - ISBN 978-5-7567-0824-0 : Б. ц. Книга из коллекции Аспект Пресс - Журналистика и медиа-бизнес. Рекомендовано УМО по классическому университетскому образованию в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 «Журналистика» и специальности 030601 «Журналистика» для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 «Журналистика» для ФГОС . - [Б. м. : б. и.]. - <https://e.lanbook.com/book/68804>
6. Кузнецов, П. А.
Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса : [Электронный ресурс] : практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. - Москва : Дашков и К, 2017. - 296 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/107008>. - ISBN 978-5-394-01183-2 : Б. ц. Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент

14. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- www.sut.ru
- lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut

15. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

15.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Open Office
- Google Chrome

15.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (<https://ibooks.ru>)
- ЭБС Лань (<https://e.lanbook.com/>)
- ЭБС СПбГУТ (<http://lib.spbgut.ru>)

16. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

15.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в Интернете» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания к практическим занятиям, а также задания, вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующей темы лекционного курса, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

15.2. Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы,

которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

15.3. Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

15.4. Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной

задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;

- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

15.5. Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

17. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 16

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс
2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Компьютерный класс	Персональные компьютеры
4	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры
5	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
6	Читальный зал	Персональные компьютеры