

**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)



Регистрационный №_23.01/312-Д

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Социология в рекламе и связях с общественностью
(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 «Социология в рекламе и связях с общественностью» является:

Подготовка профессионалов, способных анализировать и планировать работу средств массовой информации с учетом особенностей коммуникационной среды массового общества.

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

Изучение специфики социологического анализа объектов сферы рекламы и связей с общественностью; возможностей социологических методов в исследовании сферы рекламы и связей с общественностью; освоение навыков практического применения методов получения первичной социологической информации.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология в рекламе и связях с общественностью» Б1.О.25 является одной из дисциплин обязательной 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 «Социология».

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	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Индикаторы достижения компетенций

Таблица 2

УК-5.1	Воспринимает Российскую Федерацию как национальное государство с исторически сложившимся разнообразным этническим и религиозным составом населения и региональной спецификой
УК-5.2	Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений
УК-5.3	Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям своего Отечества
УК-5.4	Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
УК-5.5	Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию, аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личного характера

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры
			5
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	144	144
Контактная работа с обучающимися		54.35	54.35
в том числе:			
Лекции		20	20
Практические занятия (ПЗ)		30	30
Лабораторные работы (ЛР)			-
Защита контрольной работы			-
Защита курсовой работы		2	2
Защита курсового проекта			-
Промежуточная аттестация		2.35	2.35
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)		56	56
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		36	36
Подготовка к промежуточной аттестации		33.65	33.65
Вид промежуточной аттестации			Экзамен

Заочная форма обучения

Таблица 4

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры		
			ус7	7	8
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	144	4	72	68
Контактная работа с обучающимися		12.65	4	6.3	2.35
в том числе:					
Лекции		4	4	-	-
Практические занятия (ПЗ)		6	-	6	-
Лабораторные работы (ЛР)			-	-	-
Защита контрольной работы			-	-	-
Защита курсовой работы		2	-	2	-
Защита курсового проекта			-	-	-
Промежуточная аттестация		2.35	-	-	2.35
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)		122.35	-	65.7	56.65
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		102.35	-	45.7	56.65
Подготовка к промежуточной аттестации		9	-	-	9
Вид промежуточной аттестации			-	-	Экзамен

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. Введение в учебную дисциплину	Роль социологии в решении вопросов профессиональной деятельности PR-специалиста. Развитие исследований рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом. Социологические теории изучения рекламы и связей с общественностью.	5		7
2	Раздел 2. Объекты социологического анализа рекламы и связей с общественности	Реклама и связи с общественностью как социальные институты и виды массово-коммуникативная деятельность. Структура деятельности. Субъекты и объекты деятельности.	5		7
3	Раздел 3. Методы социологического исследования объектов рекламы и связей с общественностью	Понятие и виды социологического исследования. Методы социологического исследования, их сущность и предназначение.	5		7

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	Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семинары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Введение в учебную дисциплину	6	4			6	16
2	Раздел 2. Объекты социологического анализа рекламы и связей с общественности	4	12			10	26
3	Раздел 3. Методы социологического исследования объектов рекламы и связей с общественностью	10	14			20	44
Итого:		20	30	-	-	36	86

Заочная форма обучения

Таблица 8

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Введение в учебную дисциплину	1	1			18	20
2	Раздел 2. Объекты социологического анализа рекламы и связей с общественности	1	2.5			36.35	39.85
3	Раздел 3. Методы социологического исследования объектов рекламы и связей с общественностью	2	2.5			48	52.5
Итого:		4	6	-	-	102.35	112.35

6. Лекции

Очная форма обучения

Таблица 9

№ п/п	Номер раздела	Тема лекции	Всего часов
1	1	Социология в рекламе и связях с общественностью как учебная дисциплина	2
2	1	История социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	2
3	1	Теоретические подходы социологического анализа рекламы и связей с общественностью	2
4	2	Реклама и PR как социальный институт и вид деятельности	2
5	2	Объекты социологического анализа в рекламе и связях с общественностью	2
6	3	Социологическое исследование	2
7	3	Опрос как метод получения первичной социологической информации	2
8	3	Метод наблюдения в социологическом исследовании	2
9	3	Эксперимент в социологическом исследовании	2
10	3	Метод анализа документов	2
Итого:			20

Заочная форма обучения

Таблица 10

№ п/п	Номер раздела	Тема лекции	Всего часов
1	1	Социология в рекламе и связях с общественностью как учебная дисциплина	0.4
2	1	История социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	0.2
3	1	Теоретические подходы социологического анализа рекламы и связей с общественностью	0.4
4	2	Реклама и PR как социальный институт и вид деятельности	0.4
5	2	Объекты и субъекты PR-деятельности	0.6
6	3	Социологическое исследование	0.3
7	3	Опрос как метод получения первичной социологической информации	0.4

8	3	Метод наблюдения в социологическом исследовании	0.4
9	3	Эксперимент в социологическом исследовании	0.2
10	3	Метод анализа документов	0.7
Итого:			4

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	Социология в рекламе и связях с общественностью как учебная дисциплина	2
2	1	Становление и развитие теоретических и эмпирических исследований рекламы и связей с общественностью	2
3	2	Реклама и связи с общественностью как вид деятельности	4
4	2	Общественное мнение как объект PR-деятельности	2
5	2	Субъекты PR-деятельности	2
6	2	Аудитория рекламы и связей с общественностью	2
7	2	Информация в рекламе и связях с общественностью	2
8	3	Социологическое исследование	4
9	3	Опрос как метод получения первичной социологической информации	4
10	3	Наблюдение и эксперимент в социологии	2
11	3	Метод анализа документов	4
Итого:			30

Заочная форма обучения

Таблица 12

№ п/п	Номер раздела	Тема занятия	Всего часов
1	1	Социология в рекламе и связях с общественностью как учебная дисциплина	0.5
2	1	Становление и развитие теоретических и эмпирических исследований рекламы и связей с общественностью	0.5
3	2	Реклама и связи с общественностью как вид деятельности	0.5
4	2	Общественное мнение как объект PR-деятельности	0.5
5	2	Субъекты PR-деятельности	0.5
6	2	Аудитория рекламы и связей с общественностью	0.5
7	2	Информация в рекламе и связях с общественностью	0.5
8	3	Социологическое исследование	0.5
9	3	Опрос как метод получения первичной социологической информации	0.6
10	3	Наблюдение и эксперимент в социологии	0.6
11	3	Метод анализа документов	0.8
Итого:			6

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	Деятельность специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью как объект социологического анализа
2	Эффективность деятельности PR-агентств: направления и методы социологического анализа
3	Рекламное агентство как объект социологического анализа
4	PR-информация: характеристика, направления и методы изучения в социологии
5	Рекламный текст как объект социологического анализа
6	Основные направления и методы социологического анализа аудитории СМИ
7	Основные направления и методы социологического исследования СМИ
8	Метод опроса в деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью: значение, объекты и области исследования
9	Метод интервью в исследовательской деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью: характеристика, преимущества и недостатки применения
10	Область применения, преимущества и недостатки метода фокус-группы в изучении сферы рекламы и связей с общественностью
11	Метод наблюдения в изучении сферы рекламы и связей с общественностью
12	Метод эксперимента в сфере рекламы и связей с общественностью
13	Контент-анализ в практике специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью
14	Общественное мнение как объект деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью: основные направления и методы социологического анализа
15	Направления и методы социологического анализа теле-аудитории
16	Направления и методы социологического анализа теле-аудитории
17	Направления и методы социологического анализа аудитории сети Интернет

18	Потребительское поведение: основные направления и методы социологического анализа
19	Транзитная реклама как объект исследовательской деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью
20	Телевизионная реклама как объект социологического исследования: направления и методы
21	Направления и методы социологического исследования интернет-рекламы
22	Эффективность продвижения бренда средствами рекламы и связей с общественностью: критерии, направления и методы социологического анализа
23	Сайт организации как объект исследования специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью: направления и методы

10. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 14

№ п/п	Номер раздела	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Всего часов
1	1	Изучение теоретического материала, подготовка к практическим заданиям	Опрос, собеседование, практическое задание	6
2	2	Изучение теоретического материала, подготовка к практическим заданиям	Опрос, собеседование, практическое задание	10
3	3	Изучение теоретического материала, подготовка к практическим заданиям, написание курсовой работы	Опрос, собеседование, практическое задание	20
Итого:				36

Заочная форма обучения

Таблица 15

№ п/п	Номер раздела	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Всего часов
1	1	Изучение теоретического материала, подготовка к практическим заданиям	Тестирование	10
2	1	Изучение теоретического материала, подготовка к практическим заданиям	Опрос, собеседование, практическое задание	8
3	2	Изучение теоретического материала, подготовка к практическим заданиям	Опрос, собеседование, практическое задание	10.7
4	2	Изучение теоретического материала, подготовка к практическим заданиям	Тестирование	25.65
5	3	Изучение теоретического материала, написание курсовой работы	Опрос, собеседование, практическое задание	27
6	3	Изучение теоретического материала	Тестирование	21
Итого:				102.35

11. Перечень учебно-методического обеспечения 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 локальным актом университета «Положение о фонде оценочных средств» и является приложением (Приложение А) 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

13.1. Основная литература:

1. Козырев, Г. И.
Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании : учебное пособие / Г. И. Козырев ; рец.: М. В. Рыбакова, Н. М. Великая. - М. : ИД "ФОРУМ " ; М. : ИНФРА-М, 2020. - 254 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0663-7 : 970.15 р. - Текст : непосредственный.
2. Оришев, А. Б.
Социология рекламной деятельности : учебник / А. Б. Оришев. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019. - 235 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01064-8 : 846.77 р. - Текст : непосредственный.
3. Добреньков, В. И.

Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. - М. : ИНФРА-М, 2019. - 767 с. : ил. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014888-5. - ISBN 978-5-16-107384-1 : 2120.00 р. - Текст : непосредственный.

4. Головацкий, Е. В.

Социоинженерия : [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Головацкий. - Кемерово : КемГУ, 2020. - 164 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/162604>. - ISBN 978-5-8353-2683-9 : Б. ц. Книга из коллекции КемГУ - Социально-гуманитарные науки

5. Нешитов, Петр Юрьевич.

Социология массовых коммуникаций : [Электронный ресурс] : учебное пособие / П. Ю. Нешитов ; рец.: Л. И. Геращенко , С. В. Кардинская ; Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, С.-Петербург. гос. ун-т телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. - СПб. : СПбГУТ, 2021. - 63 с. - (дата обращения: 26.10.2021) . - Режим доступа: свободный доступ из сети Интернет, свободный доступ из локальной сети. - 393.35 р.

13.2. 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. Сафронова, Н. Б.
Маркетинговые исследования : [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - М. : 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>
4. Кузнецов, П. А.
Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса : [Электронный ресурс] : практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. - М. : 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
5. Геращенко, Людмила Ивановна.
Социология в рекламе и связях с общественностью : [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Л. И. Геращенко ; рец. Е. В. Недосека ; М-во

цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, С.-Петербург. гос. ун-т телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. - СПб. : СПбГУТ, 2022. - 29 с. - (дата обращения: 11.04.2022) . - Режим доступа: свободный доступ из сети Интернет, свободный доступ из локальной сети. - 493.42 р.

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>)

15.3. Дополнительные источники

16. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

16.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Социология в рекламе и связях с общественностью» 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, включая вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующего аудиторного занятия (лекции, практического занятия), 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.

16.2. 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.

16.3. Подготовка к практическим занятиям

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке пройденного материала (материала лекций, практических занятий), а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

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.

Необходимо понимать, что невозможно во время аудиторных занятий изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов, и при изучении дисциплины

недостаточно конспектов занятий. 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.

16.4. 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 обучающегося 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 подтверждение 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).

16.5. 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