

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Кафедра «Медиапроизводство»

Методические указания по дисциплине

«Медиаменеджмент и медиамаркетинг»

Для студентов заочного обучения

51.03.02 – Народная художественная культура

Ростов-на-Дону

2024 г.

1. **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.**

**1. Задания для проверки знаний, умений и владений учащихся.**

**Для проведения текущего контроля предусмотрен следующий перечень вопросов для проверки остаточных знаний:**

**Контрольные задания для оценивания результатов обучения в виде знаний, умений и владений.**

**Задания для оценивания результатов в виде знаний на текущем контроле:**

Форма оценивания - тестирование:

Вариант 1.

1. Кто влияет на ценообразование в условиях рынка совершенной конкуренции:

а) производитель, так как предложение диктует условия представителям спроса.

б) потребитель, так как спрос рождает предложение.

в) цена образуется объективно на основе действия безличного механизма.

2. Кто выявил закон убывающей предельной полезности:

а) Веблен

б) Госсен

в) Гиффен

3. По каким издержкам необходимо принимать решение об объёме производства:

а) по общим издержкам

б) по маржинальным издержкам

в) по средним издержкам

4. К какой из теорий относится следующее высказывание: «Главной ценностью организации является её персонал»

а) Теория Х

б) Теория У

в) Теория Z

5. Будущее состояние управляемой системы, к которому она придёт самопроизвольно по прошествии некоторого времени – это:

а) аттрактор системы

б) репеллер системы

в) «окно возможностей»

6. Основной единицей управления в дивизональной организационной структуре является:

а) сотрудник

б) отдел

в) СБЕ

7. К какому элементу системы продвижения относится взаимодействие с общественными и административными структурами с целью повышения имиджа организации:

а) прямые продажи

б) связи с общественностью

в) паблисити

Вариант 2.

1. Что происходит в случае искусственного установления ценовой планки ниже средней рыночной цены:

а) дефицит

б) профицит

в) экономический кризис

2. Что происходит с общей полезностью по мере потребления товара или услуги:

а) остаётся неизменной

б) убывает по мере потребления

в) возрастает по мере потребления до определённых пределов, после чего остаётся неизменной

3. К каким издержкам относятся затраты на переговоры с деловыми партнёрами:

а) постоянные издержки

б) маржинальные издержки

в) трансакционные издержки

4. Кто является автором школы научного управления:

а) А. Файоль

б) Э. Мэйо

в) П. Друкер

5. В каком направлении происходит основной поток финансовых перераспределений, согласно матрице Бостонской экономической школы:

а) из сектора «Дойная корова» в сектор «Трудные дети»

б) из сектора «Дойная корова» в сектор «Звезда»

в) из сектора «Звезда» в сектор «Трудные дети»

6. Какой из видов экономических субъектов имеет долевую собственность:

а) ИП (индивидуальный предприниматель)

б) ООО (общество с ограниченной ответственностью)

в) ГУП (государственное унитарное предприятие)

7. Реклама, направленная на продвижение деятельности конкретного артиста/коллектива, но при этом замаскированная под пропаганду общекультурных ценностей, может быть отнесена к:

а) скрытой (контекстной) рекламе

б) социальной рекламе

в) прямой рекламе

**Задания для оценивания результатов обучения в виде знаний**

**Форма оценивания - устный опрос:**

1. Отличие медиамаркетинга от маркетинга.

2. Медиамаркетинг - новая философия бизнеса. Объясните это утверждение.

3. Отличие концепций чистого медиамаркетинга и социально-этического

маркетинга.

4. Отличие концепций медиамаркетинга и интенсификации коммерческих

усилий.

5. Что подразумевает компания, утверждая, что она становится

медиамаркетинговой.

6. Что такое медиамаркетинговые возможности фирмы?

7. Что такое позиционирование товара на медиарынке?

8. Назовите по каким признакам могут формироваться группы потребителей.

9. Назовите приемы выявления новых медиарынков.

10. Какие этапы составляют процесс управления медиамаркетингом.

11. Бизнес-модель СМИ (на примере отечественного или зарубежного СМИ).

12. Бизнес-модель новых медиа (на примере отечественного или зарубежного

масс-медиа).

13. Стратегический анализ медиастартапа (на примере отечественного или

зарубежного масс-медиа).

14. Стратегический анализ СМИ (на примере отечественного или зарубежного

СМИ).

15. Стратегический анализ новых медиа (на примере отечественного или

зарубежного масс-медиа).

16. Бизнес-модели рекламных предприятий.

17. Бизнес-модели радио и телевидения

18. Линейно-функциональная структура и ее применение в медиа.

19. Матричная структура и ее применение в медиа.

20. Дивизиональная структура и ее применение в медиа.

21. Вопросы для устного опроса

22. Основные понятия менеджмента.

22. Условия, предпосылки возникновения менеджмента.

24. Что такое система? Основные ее свойства?

25. Управленческие отношения.

26. Принципы менеджмента.

27. Принципы менеджера.

28. Основные принципы рыночной экономики.

29. Функции менеджмента.

30. Научная школа менеджмента.

31. Бизнес планирование. Основные его направления.

32. Контроль, как функция управления.

33. Генеральная цель управление (дерево целей).

34. Типы взаимосвязей.

35. Базовые структуры управления.

36. Современные организационные структуры.

37. Линейная.

38. Матричная.

39. Прогрессивно-целевая.

40. Принципы успешной работы.

41. Участники деятельности предприятия (внешние).

42. Участники деятельности предприятия (внутренние).

43. Стили управления.

44. Time management.

45. Принципы принятия решения.

46. Виды решений.

47. Технология принятия решения.

48. Централизация и делегирования процесса принятия решения.

49. Принципы делегирования.

50. Переговоры, их классификация.

51. Основные стадии переговоров

52. Технологии, приемы, ведения переговоров.

53. Риск менеджмент. Классификация рисков.

54. Рисковый менеджмент.

**Задания для оценивания результатов обучения в виде умений и владений.**

**Форма оценивания – контрольная работа**

Контрольная работа – одна из основных форм межсессионных заданий для студентов заочной формы обучения.

Согласно учебному плану студент заочной формы обучения обязан выполнить одну контрольную работу за семестр.

**Номер контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера зачетной книжки студента.** Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем резюмируется содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме.

Контрольная работа должна быть написано грамотно, необходимо стремиться к ясному и четкому стилю изложения материала. Приводимые в тексте цитаты необходимо снабжать ссылками на источники. В конце контрольной работы приводится список литературы (в алфавитном порядке), использованной студентом, при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее пяти наименований. Требования к оформлению списка литературы (см. Приложение 1).

Заключительный этап – оформление контрольной работы. Контрольная работа выполняется на стандартных листах белой бумаги формата А4. Текст работы должен быть набран на компьютере: шрифт Times New Roman, размер кегля – 14, межстрочный интервал – 1,5. Поля: слева – 3 см; сверху и снизу – 2,0 см; справа – 1,5 см. Красная строка – 1,25 см. Объем контрольной работы – 15-20 страниц. Нумерация страниц – сквозная. Номера страниц на титульном листе и втором листе с планом контрольной работы не ставятся. Каждый раздел работы, имеющий свой заголовок, начинается с новой страницы. Заголовок помещается в её верхней части и выделяется более крупным или жирным шрифтом.

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает положительную рецензию. Все замечания, указанные в рецензии, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. До зачета студент представляет преподавателю свою контрольную работу, рецензию и текст дополнений.

Если контрольная работа не соответствует изложенным выше требованиям, то она не зачитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представления контрольной работы при этом не изменяются.

Для проверки выполнения студентами указаний, сделанных преподавателем в рецензиях, и для методической помощи студентам проводятся собеседования в сроки, установленные деканатом. Результаты собеседований засчитываются преподавателем при выставлении зачетов по итогам работы студентов в период зачетно-экзаменационной сессии.

Студент раскрывает 2 вопроса

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче зачета по дисциплине.

**Примерные темы контрольных заданий**

1. Музыкальный менеджмент и продюсирование: отличия и общее поле.

Структура управления на различных стадиях развития производства

1. Особенности управления музыкально-исполнительским коллективом.

Рыночные стратегии и их применение в продвижении музыкального продукта.

1. Менеджмент и администрирование в административных учреждениях культурной сферы.

Степень личностного воздействия руководителя на подчинённого»

1. Особенности управления в ивент-индустрии.

Методы принятия управленческих решений на основе творческого мышления (психологические методы)»

1. Деловая этика в сфере музыкальной деятельности

Бизнес-планирование и программно-целевой метод в управлении музыкальной деятельностью.

1. Стратегии управления медиаорганизацией: подходы и лучшие практики.

Роль медиаменеджера в формировании корпоративной культуры.

1. Анализ структуры и функций современных медиа-держателей.

Управление рисками в медиаустановках: теория и практика.

1. Этика медиаменеджмента: проблемы и решения.

Мультимедийные платформы: особенности управления и развития

1. Инновационные технологии в медиаменеджменте

Перспективы и вызовы цифровизации в сфере медиаменеджмента

1. Разработка стратегий контент-менеджмента в медиа

Кадровая политика в медиапредприятиях: привлечение и удержание талантов

1. Бизнес-проектирование: виды, цели, задачи

Социалайзинг и технологии деловой коммуникации в современном мире.

1. Анализ целевой аудитории в медиамаркетинге: методы и инструменты.

Влияние социальных медиа на медиамаркетинг и коммуникации.

13. Интегрированные маркетинговые коммуникации в медиа-сфере.

Контент-маркетинг в медиапроекте: стратегии и примеры.

14. Роль брендинга в медиамаркетинге: создание и управление имиджем.

Эффективность SEO и SMM в медиамаркетинговых кампаниях.

15. Медиапланирование: инструменты и методы оптимизации.

Анализ эффективности рекламных кампаний в медиа.

16. Кризисный медиамаркетинг: стратегии восстановления имиджа.

Будущее медиамаркетинга в эпоху искусственного интеллекта.

**2. Требования к зачету:**

Перечень вопросов:

1.Музыкальный продукт как рыночный товар.

2.Особенности мирового, национального и регионального рынка музыкального продукта.

3.Эластичность спроса на различные виды музыкальной продукции.

4.Понятие полезности.

5.Полезность товаров и услуг как основа потребительского спроса. Историческое развитие взглядов на полезность товаров и услуг.

6.Способы оценки и измерения полезности. Кардиналистский и ординалистский подходы к категории полезности.

7.Первый закон Госсена (закон убывающей предельной полезности).

8.Второй закон Госсена (закон возрастающей и достигающей предела общей полезности).

9.Полезность и качество продукции.

10.Особенности потребительских свойств и полезность музыкального продукта.

11.Понятие и виды издержек. Постоянные издержки. Переменные издержки.

12.Общие издержки. Средние издержки.

13.Маржинальные (предельные) издержки.

14.Трансакционные издержки.

15.Принятие решений об объёме деятельности на основе анализа структуры издержек. Управление издержками.

16.Этимология понятия «менеджмент». Соотношение категорий «управление», «администрирование» и «менеджмент».

17.Функции менеджмента и их реализация в практической деятельности.

18.Планирование как функция менеджмента.

19.Виды планов по временной протяжённости и функциональному назначению. Особенности планирования концертной и репетиционной работы, гастрольного графика и сопутствующих музыкальному творчеству организационных процессов.

20.Организация как комплекс процессов. Особенности организационных процессов в музыкальной сфере.

21.Мотивация. Виды мотивации: материальная и нематериальная. Контроль.

22.Требования к осуществлению контроля. Качественные и количественные показатели.

23.Формы и виды контроля в организациях музыкальной сферы.

24.Историческое развитие взглядов на управленческий процесс, природу трудовой деятельности и её соотношение с управлением, способы мотивации и факторы эффективности производства.

25.Школы менеджмента: школа научной организации труда Ф.Тейлора, школа научного управления А. Файоля.

26.Школа человеческих отношений Э. Мэйо, школа группового управления П. Друкера. Теория x, y, z (школа Д. Макгрегора).

27.Объект экономической науки и эволюция взглядов об экономической жизни общества: меркантилизм, экономические взгляды английских классиков, маржинализм, кейнсианство, монетаризм и др.

28.Теория рынка. Спрос и предложение. Рыночное равновесие и ценообразование.

29.Разновидности структуры рынка и их специфика: рынок совершенной конкуренции, монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, монопсония.

30.Эластичность спроса и предложения.

31.Особые виды товаров на рынке: товар Веблена, товар Гиффена, товары-субституты и товары-комплементы, их особенности и эластичность.

32.Микроэкономика. Издержки: постоянные, переменные, общие, средние, предельные (маржинальные) издержки.

33.Микроэкономика. Теория полезности. Первый и Второй законы Госсена. Кардиналистский и ординалистский подходы к полезности. Кривые безразличия.

34.Экономическое благо: понятие, классификация благ. Public goods и Private goods (общественные и частные блага).

35.Организационно-правовые формы экономических субъектов: индивидуальное предпринимательство, полное товарищество, товарищество на вере, общество с ограниченной ответственностью (ООО), общество с дополнительной ответственностью (ОДО).

36.Организционно-правовые формы экономических субъектов: открытое акционерное общество (ОАО), закрытое акционерное общество (ЗАО), государственное унитарное предприятие (ГУП).

37.Школы менеджмента. Школа Тейлора.

38.Школы менеджмента. Школа А. Файоля.

39.Школы менеджмента. Школа Э. Мэйо.

40.Школы менеджмента. Школа П. Друкера.

41.Школы менеджмента. Школа Мак Грегора.

42.Функции менеджмента и их реализация при управлении организацией сферы культуры и искусства.

43.Стратегический менеджмент: понятие стратегии, отличие стратегического управления от планирования, основные виды стратегии.

44. Стратегии диверсификации и фокусирования.

45. Стратегический менеджмент: формулирование миссии, долгосрочных целей и краткосрочных задач фирмы.

46. Стратегический менеджмент: анализ внешней среды (макроокружение и ближайшее окружение фирмы, их составляющие).

47. SWOT-анализ как инструмент стратегического менеджмента.

48. Матрица Бостонской экономической школы («Бостонская матрица») как инструмент стратегического менеджмента.

49. Маркетинг: понятие маркетинга и его эволюция.

50. Маркетинг: понятие целевой аудитории, способы сегментирования целевой аудитории и работы с ней. Методы закрепления целевой аудитории и поддержания её лояльности.

51. Маркетинговая стратегия. Матрица «старый или новый товар на старом или новом рынке», стратегия выхода на новый рынок, стратегия удержания рыночных позиций, стратегия рыночной ниши (нишевая стратегия).

52. Маркетинг: графические, вербальные и слуховые компоненты фирмы в массовом сознании (логотип, лозунг, слоган организации – методы создания, геометрического и цветового оформления и соответствующее воздействие на целевую аудиторию).

53. Методы оценки ёмкости рынка и специфических характеристик спроса: количественные методы (опрос, анкетирование, изучение статистической информации).

54. Методы оценки ёмкости рынка и специфических характеристик спроса: качественные методы (фокус-группа, интервью, внедрение в целевую аудиторию, «тайный покупатель» и т.д.), экспертные методы (экспертный опрос, экспертная оценка, метод Дельфи).

55. Элементы системы продвижения продукции на рынок: прямая и скрытая реклама, паблисити, связи с общественностью (PR), индивидуальные продажи, событийный маркетинг, маркетинг пространства.

56.Коммуникативная среда взаимодействия с потребителем: создание и распространение рекламного сообщения, компоненты рекламного сообщения (ценностный, мотивационный, информативный), выбор каналов распространения рекламы (теле- и радиореклама, графические и электронные виды рекламы), коммерческая и социальная реклама.

57.Способы документального оформления и защиты авторского права.

58.Методы оценки нематериальной собственности.

Практическое задание на экзамен предполагает представление и защиту работы по Прогнозированию и планированию собственного проекта.

**II. КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЗАНЯТИЙ.**

Тема 1. Теоретико-методологическая основа менеджмента.

Цель, понятия медиаменеджмента. Сущность медиаменеджмента. Квалификация и уровень профессионализма медиаменеджера. Навыки современно медиаменеджмента. Основные подходы к управлению организацией. Понятие медиаменеджмента. Оперативный и стратегический медиаменеджмент. Общая теоретическая модель и методология стратегического медиаменеджмента.

Тема 2.Функции менеджмента. Миссия СМИ в системе медиаменеджмента

Миссия СМИ в системе медиаменеджмента. Соотношение миссии, целей и задач медиапредприятия Жизненный цикл медиапродукции. Жизненный цикл СМИ. Жизненный цикл медиапредприятия. Функционал структурных подразделений редакции на эффективность средства массовой информации. Влияние качества работы на цели и задачи медиаорганизации.

Тема 3.Базовые стратегии в медиаменеджменте. Применение концепции базовых стратегий в менеджменте М.Портера к медиасфере

Базовые стратегии в медиаменеджменте. Применение концепции базовых стратегий в менеджменте М.Портера к медиасфере. Три базовые стратегии в медиаменеджменте: лидерство в минимизации издержек и продаж; лидерство в производстве специализированной продукции (нишевые СМИ); лидерство в ориентации на конкретный сегмент рынка и определенные целевые группы. Эталонные стратегии развития медиапредприятий: стратегия концентрированного роста; стратегия интегрированного рынка; стратегия диверсифицированного роста; стратегия сокращения.

Тема 4.Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента

Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента. Матрица обоснования стратегии. Матрица стратегического баланса (SWOT-анализ). Выбор стратегических зон хозяйствования. Техника сценариев. Мониторинг медиапродукции: рейтинг-контроль, долевой контроль, RC-контроль (мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырехфакторный мониторинг медиапродукции). Матрица Бостонской консультационной группы (BCG-матрица). Матрица Мак-Кинзи. Пятифакторный анализ М.Портера. PEST-анализ.

**Тема 5.Медиа-маркетинг. Связь медиа-менеджмента и медиа-маркетинга. Комплекс медиа-маркетинга: общие представления. Маркетинговые фазы и их содержание**

Комплекс маркетинга. Медиамаркетинг. Связь медиаменеджмента и медиамаркетинга. Комплекс медиамаркетинга: общие представления. Маркетинговые фазы и их содержание. Предпроизводственная фаза: анализ рынка, оценка возможностей медиакомпании. Производственная фаза. Постпроизводственная фаза: ценообразование, организация сбыта, маркетинговые коммуникации.

**Тема 6. Специфика комплекса маркетинга на телевидении и радио**

Специфика комплекса маркетинга на телевидении и радио. Предпроизводственная фаза. Анализ телевизионных и радиорынков: рекламный рынок, рынки абонентского подключения на кабельном и спутниковом телевидении, в радиотрансляционной сети, рынки эфирной продукции, рынок технических средств распространения и др. Определение конкурентных возможностей и позиционирование вещательной компании на рынке. Роль аудиторных данных в предпроизводственной фазе маркетингового комплекса на телевидении и радио. Производственный цикл на телевидении и радио: подготовка продукции, формирование сетки вещания. Виды эфирной продукции и услуг. Постпроизводственная фаза: организация сбыта в различных видах вещания, ценообразование, маркетинговые коммуникации. Роль анонсов программ в продвижении эфирной продукции компании. Роль аудиторных данных в постпроизводственной фазе маркетингового комплекса на телевидении и радио.

**Тема 7. Специфика комплекса маркетинга в периодической печати**

Специфика комплекса маркетинга в периодической печати (газеты, журналы, рекламные издания). Предпроизводственная фаза. Анализ рынков прессы: рекламный рынок, рынок розничных продаж, рынок подписки. Определение конкурентных возможностей и позиционирование издания на рынке прессы. Роль аудиторных данных в предпроизводственной фазе маркетингового комплекса в периодической печати. Производственный цикл в периодической печати: подготовка продукции, верстка, корректура, тиражирование. Виды продукции и услуг в производственной деятельности периодической печати. Постпроизводственная фаза: организация сбыта, ценообразование, маркетинговые коммуникации. Роль анонсов материалов в продвижении продукции издания. Роль аудиторных данных в постпроизводственной фазе маркетингового комплекса в периодической печати.

**Тема 8. Специфика комплекса маркетинга в Интернет-изданиях**

Специфика комплекса маркетинга в Интернет-изданиях. Предпроизводственная фаза. Анализ рынков Интернет-изданий: рекламный рынок, рынок подписки. Определение конкурентных возможностей и позиционирование Интернет- издания на рынке. Роль аудиторных данных в предпроизводственной фазе маркетингового комплекса в Интернет-изданиях. Производственный цикл в Интернет-издании: подготовка продукции, верстка, корректура и др. Виды продукции и услуг в производственной деятельности Интернет-изданий. Постпроизводственная фаза: организация сбыта, ценообразование, маркетинговые коммуникации. Роль анонсов материалов в продвижении продукции издания. Роль аудиторных данных в постпроизводственной фазе маркетингового комплекса в Интернет-изданиях.

**III. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ УЧАЩИМСЯ ПРИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ.**

По дисциплине «Медиаменеджмент и медиамаркетинг» предусмотрены лекционные, семинарские занятия и самостоятельная работа студентов.

Лекция (от лат. Lесtio – «чтение») является одной и из основных форм учебных занятий в высших учебных заведениях, представляющая собой систематическое, последовательное изложение преподавателем определенного раздела конкретной науки или учебной дисциплины. Лекции различаются по своему построению, приемам изложения материала, характеру обобщений и выводов.

Академическая лекция - традиционно вузовская учебная лекция. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стиль такой лекции - четкий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы.

Популярная (публичная) лекция представляет изложение научных истин для аудитории, которая не подготовлена к их восприятию. Ученый-педагог обязан быть популяризатором, уметь просто и ясно излагать научную проблему. Обычно такие лекции читаются вне стен вуза.

Лекция общего курса (учебная лекция по программе курса) - это обычная и самая распространенная лекция в вузе. Содержанием общих курсов является последовательное и системное изложение данной науки, ознакомление слушателей с ее основными категориями, принципами и закономерностями.

Вводная лекция намечает основные проблемы курса в целом или его раздела. В нее включаются «ключевые» вопросы, понимание которых позволяет лучше усвоить материал последующих тем или самостоятельно разобраться в нем.

Обзорная лекция читается обычно перед экзаменами - государственными или курсовыми. Они излагают лишь отдельные, наиболее крупные вопросы программы. Обзорные лекции часто читают на вечерних и заочных отделениях вузов, представляя конспективный обзор полного учебного курса лекций.

Комплексная лекция читается в специальных курсах или на факультетах повышения квалификации преподавателей. Она представляет собой конгломерат данных из нескольких наук при сохранении ведущего значения одной из них. Такое комплексное рассмотрение темы помогает студентам оценить проблему. Особенностью таких лекций является их высокий научный уровень.

Установочная лекция читается чаще всего студентам заочного отделения, приступающим к изучению данной дисциплины. Значительная часть времени отводится ознакомлению с необходимой литературой (первоисточниками и учебниками), методическими советами и рекомендациями по ее изучению, написанию контрольных работ, а также с требованиями, предъявляемыми на экзаменах. Для студентов дневных факультетов установочные лекции читаются во время выбора тем курсовых или дипломных работ - это методические лекции, из которых можно узнать, как подготовить курсовую или дипломную работу (подбор литературы, ее изучение, план работы подготовка текста, защита работы и др.).

Традиционная (информационно - объяснительная, повествовательная) лекция - «это такой вид изложения, в котором связанно рассказывается о конкретных фактах, событиях, процессах или действиях, протекающих и развивающихся во времени». Это дидактическое определение с некоторыми оговорками можно применить также к вузовской лекции. Для такой лекции характерно описание, объяснение научных явлений и событий.

Лекция-беседа характеризуется высокой эмоциональностью, доверительным тоном лектора, когда он вовлекает студенческую аудиторию в совместное размышление над научными истинами.

Диалог с аудиторией - наиболее распространенная и сравнительно простая форма активного вовлечения слушателей в учебный процесс. Она предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Как правило, в лекции-беседе рассказывают занимательные истории, подбирают запоминающиеся примеры.

Проблемная лекция характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить, получив, таким образом, новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний студент получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя. На этих лекциях процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности. Своеобразными разновидностями проблемных лекций являются лекция-Мозговая атака, лекция-дискуссия и лекция с разбором практических ситуаций.

Лекция-дискуссия характеризуется тем, что преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на его вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Лекция с разбором конкретных ситуаций - это по форме та же лекция - дискуссия, однако, на обсуждение преподаватель ставит не вопрос, а конкретную ситуацию. Как правило, такая ситуация представляется устно или в очень короткой видеозаписи, диафильме, поэтому изложение ее должно быть очень кратким, но содержать достаточную информацию для оценки характерного явления и обсуждения. Это, так называемая, микроситуация. Слушатели анализируют и обсуждают ее сообща, всей аудиторией. Преподаватель старается активизировать участие в обсуждении отдельными вопросами, обращенными к отдельным слушателям, выясняет их оценку суждениям коллег, предлагает сопоставить с собственной практикой, «сталкивает» между собой различные мнения и тем развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло. Затем, опираясь на правильные высказывания и анализируя неправильные, ненавязчиво, но убедительно подводит аудиторию к коллективному выводу или обобщению. Лекция-визуализация. Чтение лекции-визуализации сводится к связному, развернутому комментированию преподавателем подготовленных визуальных материалов, полностью раскрывающему тему данной лекции. Эти материалы должны обеспечивать систематизацию имеющихся у слушателей знаний, предъявление новой информации, задание проблемных ситуаций и возможные разрешения.

Семинар от лат. «seminarium» - это одна из форм учебно-практических занятий, которая предполагает обсуждение научных тем и заданий, которые были выполнены студентами по результатам научных исследований, заданных преподавателем. При такой форме коммуникации преподаватель – координатор

процесса, а не участник.  
Тема семинара и источники объявляются заранее, так как подготовка к нему является обязательной. Цель обсуждений на семинарах - это формирование навыков профессиональной полемики и закрепление пройденного материала.  
Семинары, как [форма обучения](https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B8_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D1%8B_%D0%BE%D0%B1%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F_%D0%B8_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F_%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B0) возникли еще в древнегреческих школах, где выступления учащихся сопровождались диспутами, комментариями и выводы подводились преподавателем.

**Работа с информативными источниками**

**1. 1. Подготовка конспекта первоисточника**

***Написание конспекта первоисточника***(статьи, монографии, учебника, книги) – представляет собой вид внеаудиторной самостоятельной работы студента по созданию обзора информации, содержащейся в объекте конспектирования, в более краткой форме. В конспекте должны быть отражены основные принципиальные положения источника, основные методологические положения работы, аргументы, этапы доказательства и выводы. Ценность конспекта значительно повышается, если студент излагает мысли своими словами, в лаконичной форме.

Особо значимые места, примеры выделяются цветным подчеркиванием, взятием в рамку, пометками на полях, чтобы акцентировать на них внимание и прочнее запомнить. Недопустимо формальное переписывание из источника текста целыми абзацами и параграфами.

Работа выполняется письменно. Приветствуется составление развернутого плана прочитанного текста. Контроль может проводиться и в виде проверки конспектов преподавателем.

*Деятельность студента:*

 - читает материал источника, выбирает главное и определяет второстепенные моменты;

- устанавливает логическую связь между элементами темы;

- выделяет ключевые слова и понятия;

- заменяет сложные развернутые обороты текста более  
лаконичными (свертывание).

*Критерии оценки:*

- содержательность конспекта, соответствие плану;

- отражение основных положений, результатов работы  
автора, выводов;

- ясность, лаконичность изложения мыслей;

- наличие схем, графическое выделение особо значимой  
информации;

- соответствие оформления требованиям;

- аккуратность ведения конспекта;

- конспект сдан в срок.

**1.2. Составление плана текста**

***План текста*** – это последовательное отображение его ключевых частей в кратких, но четких формулировках, которые полностью соответствуют основной теме и содержанию текста. Для того чтобы составить качественный план, необходимо опираться на основные правила.

*Инструкция:*

1. Сначала прочитайте весь текст от начала до конца. Читайте вдумчиво, не торопитесь. Если вам попадается непонятное слово, обязательно выясните его значение в словаре.

2. Затем определите тему текста и его основную мысль. Тема – это то, о чем говорится в тексте, а основная мысль – это то, для чего он написан. Если у вас не получается сформулировать, прочтите текст еще раз.

3. Далее разделите текст на смысловые части. Внимательно прочитайте каждую из частей. Выделите в ней главное и озаглавьте.

4. Запишите пункты составленного плана на черновик. Снова прочитайте текст.  
Обратите внимание на следующее:  
- последовательно ли отражаются повороты сюжета текста;  
- точны ли формулировки пунктов;  
- не повторяются ли заголовки;  
- все ли главное вы выделили;  
- отражена ли тема и основная мысль текста в вашем плане.

5. Если погрешностей вы не заметили, то следует проверить себя. Перескажите или письменно изложите текст, руководствуясь составленным вами планом. Если план составлен хорошо, то вы без проблем сможете воспроизвести исходный текст.

6. Теперь аккуратно перепишите окончательный вариант плана в тетрадь.

* 1. **Оформление выписки из текста**

В толковом словаре говорится: «Выписать - значит списать какое-нибудь нужное, важное место из книги, журнала, сделать выборки» (от слова «выбрать»). Вся сложность выписывания заключается как раз в умении найти и выбрать нужное из одного или нескольких текстов. Выписки особенно удобны, когда требуется собрать материал из разных источников. Они могут служить подспорьем для более сложных видов записей, таких как тезисы, конспекты. Выписки можно составлять в гибкой форме, которая облегчала бы их накопление, изменение, а также подбор по какому - либо признаку или принципу.

*Инструкция:*  
1. Выписки делайте после того, когда текст прочитан целиком и понятен в целом.   
2. Остерегайтесь обильного автоматического выписывания цитат, взамен творческого освоения и анализа текста.   
3. Выписывать можно дословно (цитатами) или свободно, когда мысли автора излагаются своими словами. Большие отрывки текста, которые трудно цитировать в полном объеме, старайтесь, предельно сократив формулировку и сконцентрировав содержание, записать своими словами. Яркие и важнейшие места приводите дословно.

4. Записывая цитаты, заключайте их в кавычки, оберегайте текст от искажений. Но если выписки делаются из одного и того же текста, кавычки возле каждой цитаты можно не ставить. В этом случае все свои мысли излагайте на полях тетради, строго отделяя от цитируемого текста. Цитата, вырванная из текста, часто теряет свой смысл, поэтому не обрывайте мысль автора.

* 1. **Правила оформления тезисов**

***Тезисы*** позволяют обобщить изучаемый материал, выразить его суть в кратких формулировках, помогая раскрыть содержание книги, статьи и доклада. Тезисы принято подразделять на основные, простые, сложные. Простые тезисы (иногда их записывают в виде цитат) обнаруживаются при первоначальном ознакомлении с текстом, а основные можно составить лишь при уяснении сути и направленности источника в целом.

Основные тезисы часто создаются на базе простых, путем их обобщения, переделки и исключения как второстепенных.

Существенную помощь при написании тезисов оказывает предварительно составленный план, который полезно приложить к тезисам.

Если тезисы составляются к пунктам сложного плана, то главным пунктам могут соответствовать основные тезисы, подпунктам — простые тезисы.

*Инструкция:*   
1. При составлении тезисов не приводите факты и примеры.  
2. Сохраняйте в тезисах самобытную форму высказывания, оригинальность авторского суждения, чтобы не потерять документальность и убедительность.  
3. Изучаемый текст читайте неоднократно, разбивая его на отрывки; в каждом из них выделяйте главное, и на основе главного формулируйте тезисы.  
4. Полезно связывать отдельные тезисы с подлинником текста (на полях книги делайте ссылки на страницы или шифры вкладных листов).  
5. По окончании роботы над тезисами сверьте их с текстом источника, затем перепишите и пронумеруйте.

**1.5. Методические рекомендации по подготовке эссе**

Это вид внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по написанию сочинения небольшого объема и свободной композиции на частную тему, трактуемую субъективно и обычно неполно. Тематика эссе должна быть актуальной, затрагивающей современные проблемы области изучения дисциплины. Обучающийся должен раскрыть не только суть проблемы, привести различные точки зрения, но и выразить собственные взгляды на нее. Этот вид работы требует от обучающегося умения четко выражать мысли как в письменной форме, так и посредством логических рассуждений, ясно излагать свою точку зрения.

Эссе, как правило, имеет задание, посвященное решению одной из проблем, касающейся области учебных или научных интересов дисциплины, общее проблемное поле, на основании чего обучающийся сам формулирует тему. При раскрытии темы он должен проявить оригинальность подхода к решению проблемы, реалистичность, полезность и значимость предложенных идей, яркость, образность, художественную оригинальность изложения.

В зависимости от темы формы эссе могут быть различными. Это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и подробный разбор проблемной ситуации с развернутыми мнениями, подбором и детальным анализом примеров, иллюстрирующих проблему и т.п. В процессе выполнения эссе обучающемуся предстоит выполнить следующие виды работ: составить план эссе; отобрать источники, собрать и проанализировать информацию по проблеме; систематизировать и проанализировать собранную информацию по проблеме; представить проведенный анализ с собственными выводами и предложениями.

Эссе выполняется обучающимся под руководством преподавателя самостоятельно. Тему эссе обучающийся выбирает из предлагаемого примерного перечня из рабочей программы дисциплины и для каждого обучающегося она должна быть индивидуальной (темы в одной группе совпадать не могут). Руководители эссе должны регулярно проводить консультации. Очень важной является первая консультация, когда обучающихся знакомят с методикой работы, подбором литературы и составлением плана.

Эссе может быть представлено на практическом занятии, на конкурсе студенческих работ, научных конференциях.

**Структура эссе**

1. Титульный лист.

1. План.
2. Введение с обоснованием выбора темы.
3. Текстовое изложение материала (основная часть).
4. Заключение с выводами по всей работе.
5. Список использованной литературы.

*Титульный лист* является первой страницей и заполняется по строго определенным правилам. Образец оформления титульного листа творческого домашнего задания представлен в Приложении 3.

*Введение* – суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который Вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования. При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы:

1. Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?
2. Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?
3. Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?
4. Могу ли я разделить тему на несколько составных частей?

Таким образом, в водной части автор определяет проблему и показывает умение выявлять причинно-следственные связи, отражая их в методологии решения поставленной проблемы через систему целей, задач и т.д.

*Текстовое изложение материала (основная часть)* – теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе, и это представляет главную трудность при его написании. Поэтому большое значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется выстраивание аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные и строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. В качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы там, где это необходимо. Традиционно в научном познании анализ может проводиться с использованием следующих категорий: причина – следствие, общее – особенное, форма – содержание, часть – целое, постоянство – изменчивость.

В процессе построения эссе надо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим или иллюстративным материалом.

Следовательно, наполняя разделы содержанием аргументации (а это должно найти отражение в подзаголовках), в пределах параграфа необходимо ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе – использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается сделать и ответить на вопрос, хорош ли замысел. При этом последовательность подзаголовков свидетельствует также о наличии или отсутствии логики в освещении темы эссе.

Таким образом, основная часть – рассуждение и аргументация. В этой части необходимо представить релевантные теме концепции, суждения и точки зрения, привести основные аргументы «за» и «против» них, сформулировать свою позицию и аргументировать ее.

*Заключение* – обобщения и аргументированные выводы по теме эссе с указанием области ее применения и т.д. Оно подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Таким образом, в заключительной части эссе должны быть сформулированы выводы и определено их приложение к практической области деятельности.

*Список использованной литературы* составляет одну из частей работы, отражающей самостоятельную творческую работу автора и позволяющей судить о степени фундаментальности данной работы. При составлении списка литературы в перечень включаются только те источники, которые действительно были использованы при подготовке эссе.

Список должен содержать современную литературу по теме за последние 3 года.

*Приложения* могут включать иллюстративный материал (схемы, диаграммы, рисунки, таблицы и др.). При этом приложения являются продолжением самой работы, т.е. на них продолжается сквозная нумерация, но в общем объеме эссе они не учитываются.

**Аппарат доказательств, необходимых для написания эссе**

Доказательство – совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения. Оно связано с убеждением, но не тождественно ему: аргументация или доказательство должны основываться на данных науки и общественно-исторической практики, убеждения же могут быть основаны на предрассудках, неосведомленности людей, видимости доказательности, субъективном жизненном опыте. Структура любого доказательства включает в себя три составляющие: тезис – аргументы – выводы (или оценочные суждения).

Тезис – это положение (суждение), которое требуется доказать.

Аргументы – это категории, которыми пользуются при доказательстве истинности тезиса.

Вывод – это мнение, основанное на анализе фактов.

Оценочные суждения - это мнения, основанные на наших убеждениях, верованиях или взглядах.

**Требования к фактическим данным и другим источникам**

При написании эссе важно то, как используются эмпирические данные и другие источники. Все (фактические) данные соотносятся с конкретным временем и местом, поэтому, прежде чем их использовать, необходимо убедиться в том, что они соответствуют необходимому для исследований времени и месту. Соответствующая спецификации данных по времени и месту – один из способов, который может предотвратить чрезмерное обобщение, результатом которого может, например, стать предложение о том, что все страны по некоторым важным аспектам одинаковы (если Вы так полагаете, тогда это должно быть доказано, а не быть голословным утверждением).

Чрезмерного обобщения можно избежать, если помнить, что в рамках эссе используемые данные являются иллюстративным материалом, а не заключительным актом, то есть они подтверждают аргументы и рассуждения и свидетельствуют о том, что автор умеет использовать данные должным образом. Нельзя забывать также, что данные, касающиеся спорных вопросов, всегда подвергаются сомнению. При написании эссе необходимо понять сущность фактического материала, связанного с этим вопросом (соответствующие индикаторы, насколько надежны данные для построения таких индикаторов, к какому заключению можно прийти на основании имеющихся данных и индикаторов относительно причин и следствий и т.д.), и продемонстрировать это в эссе. Нельзя ссылаться на работы, которые автор эссе не читал сам.

**Требования к оформлению эссе**

Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы.

При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна.

Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – посередине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

*Роль обучающегося:*

внимательно прочитать задание и сформулировать тему не только актуальную по своему значению, но и оригинальную и интересную по содержанию;

подобрать и изучить источники по теме, содержащуюся в них

информацию;

выбрать главное и второстепенное;

составить план эссе;

лаконично, но емко раскрыть содержание проблемы и свои подходы к ее

решению;

оформить эссе и сдать в установленный срок.

*Критерии оценки:*

новизна, оригинальность идеи, подхода;

реалистичность оценки существующего положения дел;

полезность и реалистичность предложенной идеи;

значимость реализации данной идеи, подхода, широта охвата;

художественная выразительность, яркость, образность изложения;

грамотность изложения;

эссе представлено в срок.

**1.6. Методические рекомендации по работе с литературой**

Успех в процессе самостоятельной работы, самостоятельного чтения литературы во многом зависит от умения правильно работать с книгой, работать над текстом.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой позволяют экономить время и повышают продуктивность.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по дисциплине.

Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования научного способа познания.

Основные *приемы* можно свести к следующим:

* составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
* перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, что для экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что выходит за рамками официальной учебной деятельности, и расширяет общую культуру);
* обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и выпускных квалификационных работ это позволит экономить время);
* определить, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть;
* при составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями, которые помогут сориентироваться, на что стоит обратить большее внимание, а на что вообще не стоит тратить время;
* все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц);
* если книга – собственная, то допускается делать на полях книги краткие пометки или же в конце книги, на пустых страницах просто сделать свой «предметный указатель», где отмечаются наиболее интересные мысли и обязательно указываются страницы в тексте автора;
* следует выработать способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать);

Таким образом, чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Грамотная работа с книгой, особенно если речь идет о научной литературе, предполагает соблюдение ряда правил, для овладения которыми необходимо настойчиво учиться. Организуя самостоятельную работу обучающихся с книгой, преподаватель обязан настроить их на серьёзный, кропотливый труд. Прежде всего, при такой работе невозможен формальный, поверхностный подход. Не механическое заучивание, не простое накопление цитат, выдержек, а сознательное усвоение прочитанного, осмысление его, стремление дойти до сути – вот главное правило.

Другое правило – соблюдение при работе над книгой определенной последовательности.

Вначале следует ознакомиться с оглавлением, содержанием предисловия или введения. Это дает общую ориентировку, представление о структуре и вопросах, которые рассматриваются в книге. Следующий этап – чтение.

Затем прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать цельное представление об изучаемом. Т.е. не запоминать, а понять общий смысл прочитанного содержимого. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. При повторном чтении происходит постепенное глубокое осмысление каждой главы, критического материала и позитивного изложения; выделение основных идей, системы аргументов, наиболее ярких примеров и т.д. Непременным правилом чтения должно быть выяснение незнакомых слов, терминов, выражений, неизвестных имен, названий. Обучающиеся с этой целью заводят специальные тетради или блокноты. Важная роль в связи с этим принадлежит библиографической подготовке обучающихся. Она включает в себя умение активно, быстро пользоваться научным аппаратом книги, справочными изданиями, каталогами, умение вести поиск необходимой информации, обрабатывать и систематизировать ее.

Выделяют *четыре основные установки в чтении научного текста*: **информационно-поисковая** (задача – найти, выделить искомую информацию);

**усваивающая** (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения, излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений);

**аналитико-критическая** (читатель стремится критически осмыслить

материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему);

**творческая** (создает у читателя готовность в том или ином виде – как

отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

С наличием различных установок обращения к научному тексту связано существование и нескольких *видов чтения*:

библиографическое – просматривание карточек каталога, рекомендательных списков, сводных списков журналов и статей за год и т.п.;

просмотровое – используется для поиска материалов, содержащих нужную информацию, обычно к нему прибегают сразу после работы со списками литературы и каталогами, в результате такого просмотра читатель устанавливает, какие из источников будут использованы в дальнейшей

работе;

ознакомительное – подразумевает сплошное, достаточно подробное прочтение отобранных статей, глав, отдельных страниц, цель – познакомиться с характером информации, узнать, какие вопросы вынесены автором на рассмотрение, провести сортировку материала; изучающее – предполагает доскональное освоение материала; в ходе такого чтения проявляется доверие читателя к автору, готовность принять изложенную информацию, реализуется установка на предельно полное понимание материала; аналитико-критическое и творческое чтение – два вида чтения близкие между собой тем, что участвуют в решении исследовательских задач.

Первый из них предполагает направленный критический анализ, как самой информации, так и способов ее получения и подачи автором; второе – поиск тех суждений, фактов, по которым или в связи с которыми, читатель считает нужным высказать собственные мысли.

Из всех рассмотренных видов чтения основным для обучающихся является изучающее – именно оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания в различных областях. Вот почему именно этот вид чтения в рамках учебной деятельности должен быть освоен в первую очередь. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом. Научная методика работы с литературой предусматривает также ведение записи прочитанного. Это позволяет привести в систему знания, полученные при чтении, сосредоточить внимание на главных положениях, зафиксировать, закрепить их в памяти, а при необходимости вновь обратиться к ним.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

*План -* это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно состав ленный план вполне заменяет конспект.

*Конспект* - это систематизированное, логичное изложение материала источника.

Различаются четыре типа конспектов.

*План-конспект* - это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала.

*Текстуальный конспект* - это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

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

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

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Реферирование отражает, идентифицирует не содержание соответствующего произведения (документа, издания) вообще, а лишь новое, ценное и полезное содержание (приращение науки, знания).

Аннотирование учебников, статей - это предельно сжатое изложение основного содержания текста, описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения.

Годится в особенности для поверхностной подготовки к коллоквиумам и семинарам, к которым задано проработать определенную литературу. Также подходит для предварительных библиографических заметок «самому себе». Строится на основе конспекта, только очень краткого. В отличие от реферата дает представление не о содержании работы, а лишь о её тематике.

Аннотация строится по стандартной схеме: предметная рубрика (выходные данные; область знания, к которой относится труд; тема или темы труда); но главная структура труда (или, то же самое, «краткое изложение оглавления»); подробное, но главное перечисление основных и дополнительных вопросов и проблем, затронутых в труде.

Аннотация включает: характеристику типа произведения, основной темы (проблемы, объекта), цели работы и ее результаты; указывает, что нового несёт в себе данное произведение в сравнении с другими, родственными ему по тематике и целевому назначению (при переиздании - что отличает данное издание от предыдущего).

Иногда приводятся сведения об авторе, основные проблемы и темы произведения, место и время действия описываемых событий. В аннотации указывается читательское назначение произведения печати.

1. **Технология организации самостоятельной работы студентов с использованием компьютерных ресурсов**
2. **Подготовка материала-презентации**

***Создание материалов-презентаций***– это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Материалы-презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint. В качестве материалов-презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций.

Затраты времени на создание презентаций зависят от степени трудности материала по теме, его объема, уровня сложности создания презентации, индивидуальных особенностей студента и определяются преподавателем.

*Деятельность студента:*

* изучает материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
* устанавливает логическую связь между элементами темы;
* представляет характеристику элементов в краткой форме;
* выбирает опорные сигналы для акцентирования главной информации и отображает в структуре работы;
* оформляет работу и предоставляет к установленному сроку.

*Критерии оценки:*

- соответствие содержания теме;

- правильная структурированность информации;

- наличие логической связи изложенной информации;

- эстетичность оформления, его соответствие требованиям;

- работа представлена в срок.

*Составление презентации*

К подготовке презентации необходимо подходить очень внимательно, в ней вы должны максимально эффективно и оптимально представить информацию вашего выступления. Разделите свой текст (который вам необходимо подать) на несколько блоков, чтобы составить план и определить число слайдов презентации. Каждый этап должен быть представлен заголовком и несколькими поясняющими предложениями: это могут быть определения, важные факты и т.п.

Внимательно отнеситесь к подбору шрифтов (лучше больший размер, чтобы увидели все), цветов (контрастные для текста и фона), презентация должна быть стильной, выдержанной, не пестрой и разноцветной (только если этого не требует предмет представления).

Нужно составлять презентацию так, чтобы глядя только на нее, вы смогли восстановить весь текст выступления без вспомогательных записей.

Обязательно создайте титульный лист, где нужно указать название темы, ваше имя. Обозначьте также план выступления и его цель. Завершением презентации должны стать выводы – ключевые моменты, на которых вам хотелось бы сделать акцент.

Включайте в презентацию цифры, таблицы, диаграммы и графики, фотографии, рисунки, формулы, такая наглядная подача информации и запоминается и воспринимается легче.

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы выступающий смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему сообщению: видеозапись, снимки, чертежи, графики. Эти материалы могут также быть подкреплены соответствующими звукозаписями.

*Общие требования к презентации:*

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; название выпускающей организации; фамилия, имя, отчество автора; где работает автор проекта и его должность.

Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) урока-презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

* Дизайн-требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.

***Практические рекомендации по созданию презентаций.***

Создание презентации состоит из трех этапов:

*I. Планирование презентации* – это многошаговая процедура, включающая определение целей, формирование структуры и логики подачи материала.Планирование презентации включает в себя:

1. Определение целей.

2. Сбор информации об аудитории.

3. Определение основной идеи презентации.

4. Подбор дополнительной информации.

5. Планирование выступления.

6. Создание структуры презентации.

7. Проверка логики подачи материала.

8. Подготовка заключения.

*II. Разработка презентации* – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

*III. Репетиция презентации –* это проверка и отладка созданной презентации.

*Требования к оформлению презентаций*

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

**Оформление слайдов:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Стиль** | Соблюдайте единый стиль оформления  Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самопрезентации.  Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями). |
| **Фон** | Для фона предпочтительны холодные тона |
| **Использование цвета** | На одном слайде рекомендуется использовать не более трехцветов: один для фона, один для заголовка, один для текста.  Для фона и текста используйте контрастные цвета.  Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).  Таблица сочетаемости цветов в приложении. |
| **Анимационные эффекты** | Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.  Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде. |

**Представление информации:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание информации** | Используйте короткие слова и предложения.  Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.  Заголовки должны привлекать внимание аудитории. |
| **Расположение информации на странице** | Предпочтительно горизонтальное расположение информации.  Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.  Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней. |
| **Шрифты** | Для заголовков – не менее 24.  Для информации не менее 18.  Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.  Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.  Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.  Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных). |
| **Способы выделения информации** | Следует использовать:   * рамки; границы, заливку; * штриховку, стрелки; * рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов. |
| **Объем информации** | Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.  Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде. |
| **Виды слайдов** | Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом; с таблицами; с диаграммами. |