

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра СТ
Заведующий кафедрой СТ



И.В. Федякин

17 сентября 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

17 сентября 2020 г.



Кафедра «История»

Автор Новожилов Александр Михайлович, к.пол.н., доцент

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

PR в предпринимательской деятельности

Направление подготовки:	43.03.03 – Гостиничное дело
Профиль:	Гостиничная деятельность
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 10 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой  А.В. Федякин
--	---

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 364034
Подписал: Заведующий кафедрой Федякин Алексей Владимирович
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения учебной дисциплины «PR в предпринимательской деятельности» является получение студентами базовых представлений о роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития рекламы и связей с общественностью как профессии, науки и отрасли бизнеса.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "PR в предпринимательской деятельности" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Русский язык и деловые коммуникации:

Знания: основ речевой коммуникации: законов композиции и стиля языка, основные единицы речевого общения, структуру речевой коммуникации и ведения диалога.

Умения: выбирать способы и методы логически верно, аргументировано и грамотно выстраивать устную и письменную речь.

Навыки: использовать приемы убеждения в деловой коммуникации, составлять и оформлять материалы для экспертных заключений и отчетов.

2.1.2. Экономика:

Знания: основные закономерности экономической жизни общества, способы решения базовых экономических проблем в рамках экономических систем различных типов

Умения: устанавливать причинно-следственные связи экономических процессов и явлений, влияния человеческой деятельности на решение экономических проблем, возникающих в обществе.

Навыки: работы со специальной научной, учебной, справочной и учебно-методической литературой.

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Ивент-менеджмент

2.2.2. Имидж гостинично-ресторанного предприятия

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКР-2 Способен внедрять и использовать современные технологии ресторанного обслуживания	ПКР-2.1 Выбирает оптимальные ресурсы и технические средства для формирования, реализации и продвижения ресторанного продукта.
2	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними. УК-2.2 Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта. УК-2.3 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. УК-2.4 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач. УК-2.5 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования.
3	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия. УК-4.5 Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы (72 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 6
Контактная работа	48	48,15
Аудиторные занятия (всего):	48	48
В том числе:		
лекции (Л)	16	16
практические (ПЗ) и семинарские (С)	32	32
Самостоятельная работа (всего)	24	24
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	72	72
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	2.0	2.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	6	Раздел 1 МЕСТО СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОММУНИКАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ Теоретические основы связей с общественностью. Нормативно-правовое регулирование рекламной и PR-деятельности в РФ	2		4		4	10	
2	6	Раздел 2 ОСНОВЫ PR-КОММУНИКАЦИИ Основные виды и формы в PR-деятельности. Взаимодействие со СМИ как направление деятельности в связях с общественностью. Организационно-технологическое обеспечение медиа рилейшнз.	6		10		6	22	ПК1, Тестирование
3	6	Раздел 3 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ Организация PR-деятельности компании. PR-кампания и оценка эффективности.	4		8		6	18	
4	6	Раздел 3.1 Подготовка и заслушивание докладов по теме 6 • Подготовка и заслушивание докладов по теме 6: 1. PR-кампания и ее составляющие. 2. Эмпирические социологические исследований в PR. 3. Исследование внешней коммуникативной среды методами количественного анализа. 4. Исследование внутрикорпоративных			8			8	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		коммуникаций методами качественного анализа. 5. PR-служба в организации: функции, структура, состав. • Устный опрос по вопросам по теме 7: 1. Бюджетирование в связях с общественностью. 2. Бизнес-план. Лимит затрат и прогнозирование прибыли. 3. Медиаплан и его составляющие. 4. Методы оценки эффективности PR. 5. Оценка эффективности PR- мероприятий и PR-кампании.							
5	6	Раздел 4 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МЕТОДАМИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ КОМПАНИИ Корпоративное позиционирование компании. Позиционирование на рынке товаров и услуг средствами связей с общественностью. Стратегия конструирования имиджа и инструменты имиджмейкинга.	4		10		8	22	ПК2, Тестирование
6	6	Раздел 5 Промежуточная аттестация						0	ЗаО
7		Всего:	16		32		24	72	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 32 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	6	РАЗДЕЛ 1 МЕСТО СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОММУНИКАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ	Устный опрос по вопросам темы 1 1. Основные модели PR-деятельности и коммуникаций. 2. Коммуникативная модель PR-технологий. 3. Теории распространения информации в обществе. • Устный опрос по вопросам темы 2: 1. Особенности появления PR как сферы деятельности в России. 2. Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом. 3. Возникновение этических кодексов предпринимательской деятельности. 4. Законодательство РФ в сфере информации и массовых коммуникаций. 5. Особенности информационного пространства и государственной информационной политики РФ.	4
2	6	РАЗДЕЛ 2 ОСНОВЫ PR- КОММУНИКАЦИИ	Устный опрос по вопросам темы 3 1. Коммуникация как процесс. 2. Теоретические основы и модели изучения коммуникации. 3. Основные виды и формы в PR-деятельности. 4. Коммуникация и ее виды. 5. Речь и выступление: написание и подготовка. 6. Специфика выступления на радио и телевидении. • Устный опрос по вопросам по теме 4: 1. Сравнительный анализ типологических характеристик СМИ. 2. Формат отношений СМИ и PR-специалиста. 3. Коммерческие интересы СМИ и интересы PR-субъекта. • Подготовка и заслушивание докладов по теме 5: 1. Пресс-релиз: особенности подготовки и публикации. 2. Организация и проведение пресс-конференции, брифинга. 3. Организация и проведение презентации. • Подготовка к ТК 1 (тестирование).	10

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
3	6	РАЗДЕЛ 3 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ PR- ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ	Подготовка и заслушивание докладов по теме 6 • Подготовка и заслушивание докладов по теме 6: 1. PR-кампания и ее составляющие. 2. Эмпирические социологические исследований в PR. 3. Исследование внешней коммуникативной среды методами количественного анализа. 4. Исследование внутрикорпоративных коммуникаций методами качественного анализа. 5. PR-служба в организации: функции, структура, состав. • Устный опрос по вопросам по теме 7: 1. Бюджетирование в связях с общественностью. 2. Бизнес-план. Лимит затрат и прогнозирование прибыли. 3. Медиаплан и его составляющие. 4. Методы оценки эффективности PR. 5. Оценка эффективности PR- мероприятий и PR-кампании.	8
4	6	РАЗДЕЛ 4 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МЕТОДАМИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ КОМПАНИИ	Подготовка и заслушивание докладов по теме 8 1. Позиционирование компании на рынке: внешний имидж организации. 2. Роль паблисити в деятельности компании на рынке. 3. Паблиситная кампания в структуре стратегии интегрированных коммуникаций компании. 4. Технологии создания специальных, присоединенных и целенаправленных событий. 5. Спонсоринг и фандрайзинг. • Подготовка и заслушивание докладов по теме 9: 1. Понятие фирменного блока, фирменного стиля и их составляющие. 2. Роль брендов в современной экономике. Конкуренция как фактор стимулирования брендинга. 3. Коммерческие бренды: основные типы и их характеристика. Специфика создания и продвижения коммерческих брендов в различных отраслях экономики. 4. Направления оптимизации брендинговых стратегий и тактик в современных условиях. • Подготовка и заслушивание докладов по теме 10: 1. Понятие имидж. Имиджевые характеристики. 2. Персональный имидж и его типология. 3. Корпоративный имидж и его компоненты. 4. Конструирование имиджа и инструменты имиджмейкинга. • Подготовка к ТК 2 (тестирование).	10
ВСЕГО:				32/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовых проектов (работ) по дисциплине учебным планом не предусмотрено

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины «PR в предпринимательской деятельности» осуществляется в форме лекций и практических занятий.

Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и на 100 % являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные).

Практические занятия в объёме 32 часов организованы в традиционной объяснительно-иллюстративных технологии. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий - устный опрос, другая - заслушивание и обсуждение доклада, является формой диалогового обучения, в ходе которого осуществляется взаимодействие как между студентом и преподавателем, так и между самими студентами. Проблемный доклад выполняется студентом под руководством преподавателя на утверждённую тему и представляется с использованием мультимедийных средств (презентации). Презентация служит эффективным способом донесения информации и позволяет наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение и его содержательные функции. Презентация к докладу по дисциплине включает как текстовые слайды, содержащие основные определения, главные характеристики выступления, таблицы и т.п., так и иллюстративные - фото, рисунки, аудио и видео фрагменты, полнее раскрывающие тему доклада.

Самостоятельная работа студента в объёме 24 часов организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к устному опросу, подготовка доклада, а также, подготовка к текущему и промежуточному контролю.

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на 4 раздела, представляющих собой логически завершённый объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний (устные опросы, тестирование), так и задания практического содержания для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как подготовка доклада и его обсуждение.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	6	РАЗДЕЛ 1 МЕСТО СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОММУНИКАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ	Изучение учебной литературы из приведенных источников [1, стр. 12-34], [2, стр. 23-161], [3, стр. 8-41], [4, стр. 80 - 108]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка к устному опросу на практических занятиях по вопросам темы 1 и темы 2.	4
2	6	РАЗДЕЛ 2 ОСНОВЫ PR- КОММУНИКАЦИИ	Изучение учебной литературы из приведенных источников 1, стр. 34-91], [2, стр.130-164, 284-412], [3, стр.41-98]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка к устному опросу по вопросам темы 3 и темы 4. • Подготовка и выступление с докладом по теме 5, теме 6, теме 7. • Подготовка к тестированию в рамках ТК 1.	6
3	6	РАЗДЕЛ 3 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ PR- ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ	Изучение учебной литературы из приведенных источников [1, стр. 91-134], [2, стр.412-428], [4, стр. 27-48] • Повторение лекционного материала. • Подготовка к устному опросу по вопросам темы 10. • Подготовка и выступление с докладом по теме 8, теме 9.	6
4	6	РАЗДЕЛ 4 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МЕТОДАМИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ КОМПАНИИ	Изучение учебной литературы из приведенных источников [1, стр. 135-184], [2, стр. 429-448], [3, стр. 99-158]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка и выступление с докладом по теме 11, теме 12, теме 13. • Подготовка к тестированию в рамках ТК 2.	8
ВСЕГО:				24

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии	Под ред. Горохова В.М., Гринберг Т.Э.	М., Издательство "Аспект Пресс", 2017 НТБ РУТ (МИИТ) ЭБС «Лань»	Все разделы
2	Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика	Данилина В.В., Минаева Л.В., Салиева Л.К.	"Аспект Пресс", 2012 НТБ РУТ (МИИТ) ЭБС «Лань»	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Реклама и связи с общественностью . Имидж, репутация, бренд	Чумиков А.Н.	М., 2016 http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68866 . — НТБ РУТ (МИИТ) ЭБС «Лань»	Все разделы
4	История рекламы и связей с общественностью	Т.Г. Киселева	М., 2014 НТБ РУТ (МИИТ)	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для самостоятельной работы над темами дисциплины «Государственно-патриотическое воспитание молодежи в транспортном ВУЗе» студентам, наряду с рекомендуемой и дополнительной литературой, предлагается использовать данные и информацию следующего характера (в том числе посредством поиска в сети Интернет):

- 1) справочно-информационного (словари, справочники, энциклопедии, библиографические сборники и т.д.);
- 2) официального (сборники нормативно-правовых документов, законодательных актов и кодексов);
- 3) первоисточники (исторические документы и тексты, литература на иностранных языках);
- 4) научного и научно-популярного (монографии, статьи, диссертации, научно-реферативные журналы, сборники научных трудов, ежегодники и т.д.);
- 5) периодические издания (профессиональные газеты и журналы); и т.д.

В качестве электронных поисковых систем и баз данных публикаций рекомендуется пользоваться следующими электронными ресурсами:

Электронный ресурс Электронный адрес

Официальный сайт Государственной программы «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» <http://gospatriotprogramma.ru/>

Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь)
<https://fadm.gov.ru/activity/scope/2>

Официальный сайт Правительства Российской Федерации <http://government.ru>
Российская Государственная Библиотека <http://www.rsl.ru>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>

ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com/>

Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы <http://www.libfl.ru>

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Стандартный пакет программ для выхода и работы в сети «Интернет» (типа «Windows Internet Explorer»), а также обработки и хранения полученных данных (преимущественно текстовых) на персональном компьютере (типа «Microsoft Office»).

Учебный процесс по дисциплине обеспечивается программами лицензионного ПО: Microsoft Office, Microsoft Windows 7 Контракт № 0373100006316000234-0003566-01 - АО «СофтЛайн Трейд», Google Chrome свободно распространяемое ПО.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения аудиторных занятий по дисциплине используется аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием: проектор, экран, персональный компьютер на базе Intel. LenovoIdeaCentreAIO 300-23ISU, IntelCorei3 2 ядракэшa L2 3 Мб 2.0 ГГц, экран 23" 1920x1080, оперативная память 4 Гб DDR4 2133 МГц, HDD 1000 Гб, Видеокарта IntelHD, DVD-RW, Bluetooth 4.0, сетевая карта 1000 Мбит / с Wi-Fi 802.11a с,USB 2.0 3 порта, USB 3.0 - 2 порта, HDMI, вход микрофонный, выход аудио/наушники, картридер SDXC, MSPro, SDHC, MS, MMC, встроенные динамики, веб-камера фронтальная, Windows 7 Professional.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В качестве основной формы проведения практических занятий по учебной дисциплине рекомендуется заслушивание и обсуждение докладов, предварительно подготовленных студентами (как индивидуально, так и коллективно) в ходе самостоятельной работы. В качестве темы доклада может быть выбран вопрос к соответствующей теме практического занятия.

В ходе подготовки студента к практическому занятию. В библиотеке самостоятельно необходимо найти учебную и методическую литературу по вопросам дисциплины. В методических указаниях приведен библиографический список, включающий основную и дополнительную литературу.

В библиотеке студент может воспользоваться алфавитным, систематическим и электронным каталогами. Библиотечные каталоги раскрывают читателям фонд библиотеки. Важными справочными источниками по самостоятельной работе студентов являются справочные и энциклопедические издания, словари, где даны объяснения терминов. С проблемами поиска информации следует обращаться к библиографам

библиотеки.

Для повышения эффективности самостоятельной работы рекомендуется делать конспекты. Конспектирование является одним из способов активизации познавательной деятельности студентов. Конспектирование - краткое письменное изложение содержания статьи, книги, доклада, лекции, включающее в себя в сжатой форме основные положения и их обоснование фактами, примерами и т.п. Начиная конспектировать источник, необходимо записать фамилию автора, полное название работы, указать год и место издания. Рекомендуется отмечать в тексте конспекта страницы источника, чтобы можно было быстро отыскать нужное место в книге. Процесс работы над источниками подразделяется на два основных этапа: 1) знакомство с документом, произведением; 2) составление конспекта. На первом этапе необходимо: прочитать работу, уяснить смысл всего текста в целом; сделать для себя заметки о структуре изучаемой работы, определить основные положения и выводы; вторично прочитать работу, выделить основные мысли автора, проследить за их развитием в труде; обратить внимание на формы и методы доказательств, которыми пользуется автор при разработке основных положений. На втором этапе необходимо: кратко, своими словами, изложить основное содержание материала соответственно главам или разделам произведения. В процессе конспектирования в авторской последовательности излагать основные положения работы; при освещении основных положений в конспекте должны быть отражены и авторские их обоснования. В конспекте необходимо привести наиболее яркие цифры и факты и т.д., внесенные автором труда для документального обоснования своих выводов и положений. Наиболее важные положения и выводы цитировать по источнику. Цитировать фрагмент произведения следует строго по источнику, не внося в цитату никаких изменений. Собственные мысли, возникшие в ходе изучения первоисточника, а также пометки другого рода, выносить на поля конспекта по мере работы над произведением. Конспект должен быть составлен с единой системой подчеркивания, отделением законченной мысли (абзаца) красной строкой.

Полезным будет владение программами Excel, Power Point, а так же умение обращаться с видео-, фото-, аудиотехникой.

Во вводной части семинарского занятия необходимо проверить наличие студентов и их готовность к семинарскому занятию, объявить тему, цели и учебные вопросы занятия. Далее следует предоставить слово соответствующему докладчику. Продолжительность доклада – 10-15 минут. После доклада рекомендуется предоставить возможность студентам задать вопросы докладчику, а при необходимости – внести свои добавления и уточнения, ответить на возникшие у аудитории вопросы. После этого следует провести разбор доклада и дать оценку докладчику (докладчикам), исходя из следующих критериев:

I. Оценка структуры доклада:

- наличие поставленной проблемы;
- логичность изложения;
- наличие необходимых структурных частей (вступление, основная часть, заключение) и их полнота;
- наличие анализа использованной литературы.

II. Оценка содержания доклада:

- соответствие содержания заявленной теме;
- полнота раскрытия поставленной проблемы;
- наличие примеров, многообразия концепций (отечественных и зарубежных);
- полнота аргументации и обоснованность выводов;
- наличие у докладчика собственной позиции по данной теме.

В заключительной части занятия следует отметить наиболее активных студентов, полноту и качество отработки учебных вопросов, степень достижения поставленных учебных целей. Затем необходимо дать студентам рекомендации по более полному и

эффективному изучению вопросов и освоению доступного им массива литературы
научного и публицистического профиля.