

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 26.12.2025 09:47:47
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.04 Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент туризма и гостиничного бизнеса

(наименование образовательной программы)

Бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2024

Донецк

Автор -составитель РПД:

Дубровская Наталья Ивановна, старший преподаватель кафедры туризма

Заведующий кафедрой:

Овчаренко Людмила Александровна, д-р экон. наук, доцент, заведующий кафедрой туризма

Рабочая программа дисциплины ФТД.04 Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме одобрена на заседании кафедры туризма Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 2 от «10» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

изучение закономерностей взаимодействия субъектов общественных отношений с гражданами и организациями на основе согласования интересов и в обеспечении обучающихся специализацией в области управления общественными связями; овладение принципами, формами и методами деятельности по связям с общественностью (PR) как средства социально-политической и производственной деятельности

1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- рассмотреть роль и значение связей с общественностью в туризме в современном обществе и рыночной экономике;
- определения понятия «связи с общественностью»;
- понятия «общественность», «общественное мнение», «бренд», «имидж», «паблисити» и др.;
- предмет и объект науки о связях с общественностью;
- пиарологию в системе других наук;
- связи с общественностью как профессиональный вид деятельности, субъекты PR-деятельности;
- понимать функции специалиста по связям с общественностью;
- знать связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности;

1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОПОП ВО: ФТД

1.3.1. Дисциплина «Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме» опирается на следующие элементы ОПОП ВО:

Философия; Технологии продвижения и продажи турпродукта; История России; Основы российской государственности; Русский язык; Маркетинг

1.3.2. Дисциплина «Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме» выступает опорой для следующих элементов:

Организация гостиничной деятельности

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

УК-4.4. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач

Знать:

Уровень 1	теоретические основы использования информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на удовлетворительном уровне
Уровень 2	теоретические основы использования информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на достаточном уровне
Уровень 3	теоретические основы использования информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на высоком уровне

Уметь:

Уровень 1	использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на удовлетворительном уровне
Уровень 2	использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на достаточном уровне
Уровень 3	использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на высоком уровне

Владеть:

Уровень 1	навыками использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на удовлетворительном уровне
-----------	--

Уровень 2	навыками использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на достаточном уровне
Уровень 3	навыками использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач на высоком уровне

В результате освоения дисциплины «Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме» обучающийся должен:

Знать:	закономерности, основные события и особенности формирования коммуникативных отношений в контексте со связью с общественностью; особенности создания и продвижения турпродукта с использованием современных технологий
Уметь:	использовать знания истории в профессиональной деятельности; применять коммуникативные техники и технологии делового общения.
Владеть:	навыками деловых коммуникаций, способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности; основными коммуникативными методами и приемами делового общения в профессиональной сфере; способностью к деловым коммуникациям

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине «Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме» видом промежуточной аттестации является – Зачет

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины «Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме» составляет 2 зачётные единицы, 72 часа. Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инспект.	Примечание
Раздел 1. Введение в предмет «Связь с общественностью»						
Тема 1.1. Сущность и функции связи с общественностью /Лек/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	0	
Тема 1.1. Сущность и функции связи с общественностью /Сем зан/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э5 Э6	0	
Тема 1.1. Сущность и функции связи с общественностью /Ср/	6	4	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э4 Э5	0	

Тема 1.2. Организация процесса PR /Лек/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	0
Тема 1.2. Организация процесса PR /Сем зан/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э4 Э5	0
Тема 1.2. Организация процесса PR /Cр/	6	4	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э5 Э6	0
Тема 1.3. Принципы и функции связи с общественностью /Лек/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6	0
Тема 1.3. Принципы и функции связи с общественностью /Сем зан/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 1.3. Принципы и функции связи с общественностью /Cр/	6	4	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 1.4. Организация PR-кампаний /Лек/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 1.4. Организация PR-кампаний /Сем зан/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 1.4. Организация PR-кампаний /Cр/	6	4	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Раздел 2. Мероприятия PR в туризме					
Тема 2.1. Специальные мероприятия в системе связи с общественностью /Лек/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.1. Специальные мероприятия в системе связи с общественностью /Сем зан/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0

Тема 2.1. Специальные мероприятия в системе связи с общественностью /Ср/	6	3	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.2. Общественное мнение и PR /Лек/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.2. Общественное мнение и PR /Сем зан/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.2. Общественное мнение и PR /Ср/	6	3	УК-4.4	Л1.1 Э5 Э6	0
Тема 2.3. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связи с общественностью /Лек/	6	4	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.3. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связи с общественностью /Сем зан/	6	4	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.3. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связи с общественностью /Ср/	6	3	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы /Лек/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы /Сем зан/	6	2	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы /Ср/	6	3	УК-4.4	Л1.1Л2.1 Э5 Э6	0
/Конс/ / /	6	2 4	УК-4.4		0

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИ

В процессе освоения дисциплины "Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), практические занятия (ПР), самостоятельная Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме ", самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

В процессе освоения дисциплины "Взаимодействие со средствами массовой информации в туризме" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предлагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература

1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гусак , А. С., Шепилова, В. Г.	Связь с общественностью в туризме : учебное пособие предназначено для студентов образовательного уровня"бакалавр", направления подгот. 43.03.02 "Туризм" очной / заочной формы обучения (218 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2018

2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Гусак, А. С., Шепилова, В. Г., Гончарова, М. В.	Организация деятельности предприятий туристской индустрии : учебно-методическое пособие (456 с.)	Донецк : ГОУ ВПО "ДонаУиГС", 2017

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Журнал «Вокруг света»: [Электронный ресурс].	http://www.vokrugsveta.ru/
Э2	Журнал «Турбизнес» :[Электронный ресурс].	http://www.tourbus.ru/
Э3	Журнал Современные проблемы сервиса и туризма. : [Электронный ресурс].	http://elibrary.ru/title_about.asp?id=26229
Э4	Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы» [Электронный ресурс]	www.tpnews.ru
Э5	Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP)	www.sbz.ac.at/cerp
Э6	Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA):	www.ipranet.ru

4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- Libre Office (Mozilla Public License v2.0.)
- 7-Zip (GNU Lesser General Public License)
- AIMP (LGPL v.2.1)
- STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
- GIMP (GNU General Public License)

– Inkscape (GNU General Public License)

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<https://www.economy.gov.ru/material/departments/d08/>

<https://www.economy.gov.ru/material/departments/d29/>

« » > <https://www.minfin.ru/ru/statistics/>

– – <https://www.fedstat.ru>

<https://www.unwto.org/tourism-statistics>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

, ,
:
,

, , , .

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационнообразовательную среду

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Раздел 1. Введение в предмет «Связь с общественностью»

Тема 1.1. Сущность и функции связи с общественностью

1. Что такое паблик рилейшнз?

2. Назовите принципы связи с общественностью.

3. Какие общие правила коммуникационной политики?

4. Какие задачи решаются с помощью PR?

5. Наиболее важные вопросы в отрасли PR.

6. Какие цели и задачи связи с общественностью в туризме?

7. Дайте характеристику модели информирования.

8. Что собой представляет модель двусторонней коммуникации?

9. Охарактеризуйте концепцию социального партнерства.

10. Назовите области использования связи с общественностью.

11. История развития паблик рилейшнз.

12. Кем заложены научные основы паблик рилейшнз?

Тема 1.2. Организация процесса PR

1. Назовите уровни реализации связи с общественностью.

2. Что являются объектами в PR?

3. По каким признакам осуществляется классификация групп общественности?

4. Назовите отличительные особенности маркетинга и PR.
6. Какие существуют методы воздействия на общественность?
7. Определите основные направления деятельности PR в туризме.
8. Какие инструменты используются в PR для установления двухстороннего общения между организациями и общественностью?
9. Что такое пресс-релиз? Назовите отличие пресс-релиза от пресс-кита.
10. Назовите особенности организации пресс-туров в туризме.

Тема 1.3. Принципы и функции связи с общественностью

1. Назовите основные принципы деятельности института паблик рилейшнз и его специалистов.
2. В чем заключается функция PR «Контроль мнения и поведения общественности»? Какие еще функции можете назвать?
3. Исторические этапы становления и развития этого института PR.
4. Требования к личным качествам специалистов по паблик рилейшнз.
5. Какая значимость кодексов правил профессионального поведения и международные кодексы правил поведения? Какие из кодексов можете назвать?
6. В чем сущность этики PR?
7. Как Вы понимаете этику PR в туризме?
8. Назовите значимость и отличительные особенности международных кодексов правил профессионального поведения.

Тема 1.4. Организация PR-кампаний

1. Назовите основные отличия PR-кампания от PR-проекта.
2. Назовите ключевые функции PR-кампаний.
3. Как трактовать понятие креатива как универсальных творческих способностей?
4. Назовите составляющие Коммуникационного комплекса RACE.
5. Что подразумевают под общей технологической структурой организации и проведения PR-кампании?
6. Что являются специальными элементами разработки и реализации PR-кампаний?
7. Приведите примеры применения креативной политики в туризме.
8. В каких направлениях проводятся PR-исследования, осуществляемые в ходе организации PR-кампании?
9. Почему поиск целевых групп является важнейшим направлением эффективной PR-кампании?
10. В чем заключается разработка имиджевой стратегии турпредприятия?

Раздел 2. Мероприятия PR в туризме

Тема 2.1. Специальные мероприятия в системе связи с общественностью

1. Какое значение имеют выставки и ярмарки в организации ПР? В чем заключается отличие выставки от ярмарки?
2. Какие особенности проведения презентации? Назовите цели презентации.
3. Каким вопросам должны уделить внимание специалисты ПР при проектировании и изготовлении будущей экспозиции?
4. Перечислите правила подготовки конференции. Виды конференций и их отличия.
5. Дни открытых дверей. Приемы, их сущность, назначение и проведение.
6. Грамотное использование устной речи в публичных выступлениях.
7. Приведите примеры использования PR-инструментов в индустрии туризма.

Тема 2.2. Общественное мнение и PR

1. Раскройте сущность общественного мнения как совокупность взглядов индивидов на определенную проблему.
2. Какие характерные признаки общественного мнения можете перечислить?
3. Дайте характеристику установки как устойчивой склонности людей определенным образом воспринимать объект.
4. В чем заключаются различия между установками и мнениями?
5. Что может служить мотивацией для изменения установки?
6. Каких правил должен придерживаться политик, стремящийся изменить установки людей?
7. Какие существуют типы исследований общественного мнения?
8. В чем суть коммуникационного аудита?
9. Из каких элементов состоят социологические исследования?
10. Какие существуют типы выборок?

Тема 2.3. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связи с общественностью

1. Сущность бренда, его структура и особенности.
2. Что понимают под бренд-идеей и бренд-легендой?
3. Что такое фирменный стиль? Как он влияет на формирования имиджа фирмы?
4. В чем заключаются основные проблемы разработки бренда?
5. Какие основные элементы фирменного стиля можете назвать?

6. Что такое спонсорство и благотворительность? В чем различия?

7. Что понимают под патронажем в PR?

7. Раскройте сущность спичрайтер как PR-специализация.

8. Как Вы понимаете благотворительность в туризме?

9. Назовите основные элементы фирменного стиля турфирмы.

Тема 2.4. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы

1. Какими особенностями должны обладать PR-тексты (пресс-релиз, бэкграундер, пресс-кит и другие) в туриндустрии?

2. В чем смысл рекламных поездок в туризме? Каких типов они бывают?

3. В чем заключается специфика антикризисного управления в сфере туризма?

4. Какие наиболее вероятные в нынешних условиях кризисные факторы должен учитывать специалист по связям с общественностью?

5. Какие специфические требования предъявляют к антикризисному менеджеру?

6. В чем заключается подготовка антикризисного штаба и его рилайтерского обеспечения?

7. В чем различия работы со СМИ в условиях кризиса?

8. Какие виды связей с общественностью в сфере туризма можете назвать?

9. Раскройте сущность конфликтного пиара.

10. Назовите особенности социального пиара и его роль в развитии социального туризма.

5.2. Темы письменных работ

Темы рефератов

1. Особенности организация пресс-конференции в туризме.

2. Организация выставки: рекомендации специалистов.

3. Этапы формирования имиджа турфирмы

4. Этапы формирования имиджа персоны.

5. Общение пресс-службы с журналистами.

6. Классификация PR-кампаний в туризме.

7. Особенности работы пресс-службы с электронными масс-медиа.

8. Бренд туристской организации и его значение.

9. Учёт особенностей целевых аудиторий при осуществлении связей с общественностью туристских организаций.

10. Коммуникативный процесс в классическом построении PR- организаций.

11. Историческое развитие паблик рилейшнз.

12. Понятие внутренней коммуникации в организации.

13. Методы и приемы паблик рилейшнз (медиарилейшнз) в организации международного туризма политике.

14. Корпоративный имидж турфирмы.

15. Методы социологического исследования общественного мнения.

16. Основные различия между паблик рилейшнз и маркетингом.

17. Проблемы в процессе внутренней коммуникации турфирмы.

18. Кризисный паблик рилейшнз и его особенности.

19. Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационной политики предприятий туристской сферы.

20. Понятие общественности и общественного мнения.

21. Особенности рекламы в деловой прессе.

22. Принципы, формы и методы взаимодействия PR специалиста с прессой.

23. Роль PR и рекламы в создании брендов.

24. Ярмарки и выставки как средство маркетинговых коммуникаций.

25. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном бизнесе.

5.3. Фонд оценочных средств

5.4. Перечень видов оценочных средств

Реферат (на семинарском занятии раскрываются основные аспекты темы реферата объемом не более 5-7 минут); Доклад, сообщение;

Контроль знаний по разделам - тестовые задания и ситуационные задания

(выполняются и оцениваются после изучения раздела на семинарских занятиях);

Научная составляющая

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТИЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

7.

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий.

Самостоятельная работа студента предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы.

При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания: - изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу; - выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы. Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и семинарские занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам.

В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.