МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Набережночелнинский государственный педагогический университет"

(ФГБОУ ВО "НГПУ")

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
_____ Гайфутдинов А.М.
29.04. _____ 2020 г.

МОДУЛЬ 7. ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Истории и методики ее преподавания**

Направление подготовки **51.03.03 Социально-культурная деятельность, направленность (профиль) Менеджмент социально-культурной деятельности**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
в том числе:
аудиторные занятия 10
самостоятельная работа 130
зачет 4

Виды контроля на курсах:
зачет 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная	10	10	10	10
Сам. работа	130	130	130	130
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):
канд. экон. наук, доцент, Несмеянова Е.И. _____

Рабочая программа дисциплины
Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 11.08.2016г. №995)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Истории и методики ее преподавания

Протокол от 29 апреля 2020 г. № 9
Срок действия программы: 2020-2021 уч.г.
Зав. кафедрой Корнилова Ирина Валерьевна

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель освоения дисциплины заключается в формировании знаний и представлений о маркетинговых коммуникациях в социально-культурной сфере, формирование способностей использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности, находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность, формирование готовности к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности.
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.3	формирование способности использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
1.4	формирование способности находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность;
1.5	формирование готовности к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности;
1.6	изучение методов и моделей, необходимых для реализации маркетинговых коммуникаций в социально- культурной сфере;
1.7	приобретение навыков планирования маркетинговых коммуникаций, расчета бюджета, оценки эффективности;
1.8	изучение влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирование сбыта в социально-культурной сфере; выбор наиболее эффективных видов маркетинговых коммуникаций определенной группы товаров.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.Б.07
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Организация культурно-просветительской деятельности
2.1.2	Основы медицинских знаний и здорового образа жизни
2.1.3	Безопасность жизнедеятельности
2.1.4	Основы права
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Интеллектуальная собственность и авторское право в сфере культуры
2.2.2	Музееведение
2.2.3	Основы менеджмента социально культурной деятельности
2.2.4	Религиоведение
2.2.5	Социально-культурная работа за рубежом
2.2.6	Технологические основы социально-культурной деятельности
2.2.7	Финансово-экономическая и хозяйственная деятельность учреждения культуры
2.2.8	Реклама в социокультурной сфере
2.2.9	Ресурсная база социально-культурной деятельности
2.2.10	Производственная преддипломная практика
2.2.11	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО КАЖДОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ДОСТИЖЕНИЕ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
ОК-3:	**способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности**
Знать:	
	основные понятия, категории и инструменты экономики, основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки
	источники финансирования социально-культурных программ; основные направления экономических знаний в сфере выбранной профессиональной деятельности; сущность и специфику менеджмента социально-культурной деятельности; виды, цели, формы, проблемы, организацию государственной поддержки социально-культурной сферы;
	основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
Уметь:	
	выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций и предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты
	определять условия получения средств из различных источников для организации различных форм социально-культурной деятельности; анализировать структуру и содержание материально-технической базы учреждений культуры различных типов;

	использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально значимые проблемы и процессы
Владеть:	
	навыками применения экономических знаний в профессиональной деятельности
	основными навыками составления сметы для реализации социально-культурных программ основами экономических знаний в социально-культурной сфере, методами использования различных видов финансирования в социокультурных учреждениях; технологией использования информации экономического содержания при осуществлении фандрайзинга
	основными положениями и методами экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность	
Знать:	
	основные организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях маркетинговых коммуникаций
	закономерности принятия организационно-управленческих решений в стандартных ситуациях
	последствия принятия решений для деятельности учреждения культуры
Уметь:	
	применять основные организационно-управленческие решения в стандартных ситуациях маркетинговых коммуникаций
	анализировать стандартную ситуацию, которая требует решения
	эффективно решать стандартные задачи профессиональной деятельности
Владеть:	
	способами применения основных организационно-управленческих решений в стандартных ситуациях маркетинговых коммуникаций
	методами анализа эффективных организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях
	критериями эффективных организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях
ПК-9: готовностью к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности	
Знать:	
	Сущность, принципы, методы и технологии маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
	Принципы применения технологий маркетинга в сфере социально-культурной деятельности и ее этические основы
	Формы применения технологий маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
Уметь:	
	Использовать методы и технологии маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
	Применять технологии маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
	Оперировать технологиями маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
Владеть:	
	Навыками использования методов и технологий маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
	Навыками применения технологий маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
	Навыками оперирования технологиями маркетинга в сфере социально-культурной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	методологические и теоретические основы маркетинга;
3.1.2	современные концепции управления маркетингом в сфере социально-культурной деятельности;
3.1.3	систему методов контроля в маркетинге в сфере социально-культурной деятельности;
3.1.4	методы и модели организации маркетинговых исследований в сфере социально-культурной деятельности
3.2	**Уметь:**
3.2.1	использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований в сфере социально-культурной деятельности;
3.2.2	применять методы и модели организации маркетинговых исследований в сфере социально-культурной деятельности
3.3	**Владеть:**

3.3.1	умением строить стандартные теоретические и эконометрические модели в сфере социально-культурной деятельности,
3.3.2	навыками анализа и содержательной интерпретации результатов, полученных при исследовании экономических вопросов;
3.3.3	навыками целевого управления процессом создания и реализации ценности в сфере социально-культурной деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Интер акт.	Примечание
	Раздел 1. Реклама. Требования к рекламе. Организация и управление рекламной деятельности методы и модели организации маркетинговых исследований в сфере социально-культурной деятельности						
1.1	Организация и управление рекламной деятельности. Методы и модели организации маркетинговых исследований в сфере социально-культурной деятельности /Пр/	3	2	ПК-9 ОК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.2	Реклама. Требования к рекламе. Организация и управление рекламной деятельности /Ср/	3	16	ПК-9 ОК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
1.3	Комплекс маркетинговых коммуникаций /Ср/	3	18	ПК-9 ОК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
	Раздел 2. Фирменный стиль. Брендинг и позиционирование.						
2.1	Фирменный стиль.Брендинг и позиционирование. /Лек/	3	2	ОК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	
2.2	Фирменный стиль. /Ср/	3	16	ПК-9 ОК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.3	Брендинг и позиционирование. /Пр/	3	2	ПК-9 ОК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
2.4	Брендинг и позиционирование. /Ср/	3	16	ПК-9 ОК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
	Раздел 3. Средства рекламы и особенности их выбора. Рекламная кампания. Социально-психологические аспекты рекламы						
3.1	Средства рекламы и особенности их выбора. Рекламная кампания. /Пр/	3	2	ПК-9 ОК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
3.2	Средства рекламы и особенности их выбора. Рекламная кампания. /Ср/	3	16	ПК-9 ОК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
3.3	Социально-психологические аспекты рекламы /Ср/	3	16	ПК-9 ОК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	

	Раздел 4. Связи с общественностью и организационные формы управления PR. Планирование PR и механизм взаимодействия со СМИ						
4.1	Связи с общественностью и организационные формы управления PR. Планирование PR и механизм взаимодействия со СМИ /Лек/	3	2	ПК-9 ОК-3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1	0	
4.2	Связи с общественностью и организационные формы управления PR. Планирование PR и механизм взаимодействия со СМИ /Ср/	3	16	ПК-9 ОК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
	Раздел 5. Маркетинг в социально-культурной сфере						
5.1	Маркетинг в социально-культурной сфере /Ср/	3	16	ПК-9 ОК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	
5.2	/Зачёт/	3	4	ПК-9 ОК-3 ОПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Промежуточная аттестация
Вопросы к зачету
1.Понятие системы маркетинговых коммуникаций.
2.Понятие рекламы, ее сущность и задачи.
3.Исторический аспект российской рекламы - с древности до настоящего времени.
4.Виды рекламы, их характеристика.
5.Основные направления рекламной деятельности предприятий.
6.Фирменный стиль, его составные элементы.
7.Товарные знаки.
8.Требования к рекламе согласно закону «О рекламе».
9.Кодекс рекламной практики.
10.Рекламные агентства и их функции.
11.Планирование и организация рекламных кампаний.
12.Классификация рекламных средств.
13.Характеристика рекламы в СМИ.
14.Особенности наружной рекламы.
15.Особенности рекламы на месте продажи.
16.Реклама как метод управления людьми.
17.Связи с общественностью (PR) понятие и сущность.
18.PR и реклама.
19.Основные направления PR.
20.Формирование имиджа предприятия.
21.Суть прямого маркетинга, его особенности.
22.Особенности и формы личной продажи.
23.Особенности и технология деловых переговоров.
24.Функции торгового агента, методы его работы.
25.Сущность системы стимулирования сбыта и продажа.
26.Основные методы стимулирования продаж.
27.Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.
28.Технология разработки рекламных текстов.
29. Внешняя и внутренняя среда бизнеса - как объект исследования маркетолога.
30. Маркетинговые исследования предпочтений потенциальных потребителей.

5.2. Темы письменных работ

Текущий контроль успеваемости
Темы рефератов:
1.Маркетинговая информация и методы ее получения.
2.Разработка и реализация плана маркетингового исследования.
3.Конъюнктурный анализ рынка.
4.Рыночный спрос и методы его прогнозирования.
5.Сегментация рынка и выбор целевых сегментов.

6.Рынок организаций и поведение организационных покупателей.
7.Теории человеческих потребностей и их значение для маркетинга.
8.Исследование конкурентоспособности отрасли.
9.Исследование конкурентоспособности организации.
10.Исследование конкурентоспособности товара.
11.Товарная политика фирмы как элемент комплекса маркетинга.
12.Формирование и оптимизация товарного ассортимента.
13.Модель жизненного цикла товара и стратегии маркетинга.
14.Разработка новых товаров и их продвижение на рынок.
15.Затратный и рыночный механизмы ценообразования.
16.Ценовые стратегии в маркетинге.
17.Формирование каналов сбыта товаров.
18.Вертикальные системы маркетинга
19.Организационные формы торгово-посреднической деятельности и виды посреднических операций.
20.Товарная реклама как элемент маркетинговых коммуникаций.
21.Планирование, формирование и продвижение имиджа организации.
22.PR как элемент маркетинговых коммуникаций.
23.Современные методы стимулирования сбыта и продаж.
24.Фирменный стиль и имидж организации.
25.Стратегическое и оперативное планирование в маркетинге.
26.Маркетинговые стратегии и их роль в достижении корпоративных целей.
27.Организация службы маркетинга на предприятии.
28.Значение и использование Интернет-технологий в маркетинге.
29. Организация исследовательской работы с фокус группой потребителей.
30. Полевые исследования потребительских предпочтений.

5.3. Фонд оценочных средств

см. Фонд оценочных средств в Приложении

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Лужнова, Н. В.	Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Н. В. Лужнова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 141 с. — ISBN 978-5-7410-1643-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/71285.html	Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016
Л1.2	Синяева, И. М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/425190	Москва : Издательство Юрайт, 2019

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Шарков, Ф. И.	Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Дашков и К, 2016. — 324 с. — ISBN 978-5-394- 00792-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/5249.html	Москва : Дашков и К, 2016
Л2.2	Григорьев, М. Н.	Маркетинг: учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 559 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/431782	Москва : Издательство Юрайт, 2019

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Электронный каталог библиотеки НГПУ. - URL: http://bibl.ngpi.net:81/cgi-bin/zgate.exe?init+test.xml,simple.xsl+rus

Э2	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. - URL: https://elibrary.ru
Э3	Энциклопедия маркетинга. Один из наиболее популярных сайтов, посвященных маркетингу. Содержит информацию как теоретического (публикации по маркетингу, библиография), так и практического (перечень маркетинговых фирм, отчеты по исследованиям) характера. - URL: www.marketing.spb.ru
6.3. Перечень информационных технологий	
6.3.1 Перечень лицензионного программного обеспечения	
6.3.1.1	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Band T: 250-499 Node 1 year Educational Renewal License: Договор № 2020.2987 от 21.02.2020
6.3.1.2	Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise: Договор № 2020.13967 от 27.07. 2020
6.3.1.3	Office 365 ProPlus Open for Students ShrdSvr ALNG Subscriptions VL OLVS NL 1Month AcademicEdition Stdnt STUUseBnft: Договор № 2020.13967 от 27.07.2020
6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
6.3.2.1	Электронно-библиотечная система (ЭБС) IPRbooks. - URL: www.iprbookshop.ru
6.3.2.2	Электронная библиотечная система «Юрайт». - URL: https://biblio-online.ru/
6.3.2.3	Информационная правовая система Гарант. - URL: http://www.garant.ru/
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	1-316 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации (423806, Республика Татарстан (Татарстан), г. Набережные Челны, ул. Низаметдинова, д. 28). Оснащенность: специализированная мебель, компьютер, экран, проектор, доска, учебно-наглядные пособия.
7.2	1-205 Помещение для самостоятельной работы (423806, Республика Татарстан (Татарстан), г. Набережные Челны, ул. Низаметдинова, д. 28). Оснащенность: специализированная мебель, компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду, учебно-наглядные пособия.

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

Методические указания к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин.

Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции. Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть формируемыми компетенциями.

Методические указания к практическим занятиям.

Практические занятия ориентируют преподавателя и обучающегося на интерактивный процесс усвоения курса, где рассматриваются сложные проблемные вопросы программы, с обязательным использованием источниковедческой базы. Это связано с основной дидактической задачей практических занятий – обучению обучающихся анализу источников и формированием навыков работы с научной литературой. Подобный подход стимулирует самостоятельное творческое отношение к профессии и способствует подготовке к преподавательской деятельности. Происходит обучение навыкам публичной дискуссии, профессионала, ориентированного на умение не только высказывать и отстаивать личностную

позицию, но и на принятие точки зрения оппонентов, поиска группового консенсуса в рассмотрении проблемы.
Целью практических занятий является закрепление, расширение и углубление знаний по темам лекций, выработка навыков публичного выступления и дискуссии, а также понимание и практическое использование положений и методов, составляющих дисциплину.
Семинар проводится по узловым и наиболее сложным вопросам (темам, разделам) учебной программы. Он может быть построен как на материале одной лекции, так и на содержании обзорной лекции, а также по определённой теме без чтения предварительной лекции. Главная и определяющая особенность любого семинара – наличие элементов дискуссии, проблемности, диалога между преподавателем и обучающимися и самими обучающимися.
При подготовке классического семинара желательно придерживаться следующего алгоритма:
а) разработка учебно-методического материала: формулировка темы, соответствующей программе и стандарту; определение дидактических, воспитывающих и формирующих целей занятия; выбор методов, приемов и средств для проведения семинара; подбор литературы для преподавателя и обучающихся; при необходимости проведение консультаций для обучающихся;
б) подготовка обучаемых и преподавателя: составление плана семинара из отдельных вопросов; предоставление обучающимся времени (не менее недели) дней для подготовки к семинару; предоставление рекомендаций о последовательности изучения литературы (учебники, учебные пособия, руководства и положения, конспекты лекций, статьи, справочники, информационные сборники и др.); создание набора наглядных пособий.
Практическое занятие подразумевает два виды работ: подготовку сообщения на заданную тему и участие в обсуждении проблемы, затронутой сообщением.
Для более точного понимания материала практических занятий рекомендуется перед каждым из занятий прочитать соответствующую главу в рекомендуемой литературе. Подготовку к практическим занятиям следует начинать как минимум за неделю до его начала. Прежде всего, необходимо познакомиться с темой и вопросами занятия. Обязательными компонентами подготовки к практическим занятиям являются доскональный анализ источников и прочтение научной литературы. Так же необходим поиск информации в изданиях из дополнительного списка литературы, сети Интернет, других источников. Таким образом, обучающиеся должны внимательно разобрать каждый вопрос, записав наиболее важные факты, подходы и концепции в тетрадь.
На семинар желательно являться с запасом сформулированных идей, хорошо, если они будут собственного производства; если вы собираетесь пользоваться чужими формулировками, то постарайтесь в них сориентироваться как можно лучше. Выступления должны быть по возможности компактными и в то же время вразумительными. На практических занятиях обучающиеся дают развернутые ответы на поставленные вопросы, дополняют, не повторяя уже сказанного другими. Рассмотрение каждого вопроса заканчивается подведением итогов, формулированием наиболее важных выводов, которые следует записать в тетрадь.
Подводя итоги семинара, можно использовать следующие критерии (показатели) оценки ответов: полнота и конкретность ответа; последовательность и логика изложения; связь теоретических положений с практикой; обоснованность и доказательность излагаемых положений; наличие качественных и количественных показателей; наличие иллюстраций к ответам в виде исторических фактов, примеров и пр.; уровень культуры речи; использование наглядных пособий и т.п.
В конце семинара рекомендуется дать оценку всего семинарского занятия, обратив особое внимание на следующие аспекты: качество подготовки; степень усвоения знаний; активность; положительные стороны в работе обучающихся; ценные и конструктивные предложения; недостатки в работе обучающихся; задачи и пути устранения недостатков.

Методические указания к самостоятельной работе.
Самостоятельная работа обучающихся предусмотрена учебным планом и должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формированию навыков исследовательской работы и ориентировать обучающихся на умение применять теоретические знания на практике.
Самостоятельная работа обучающихся предполагает дальнейшее развитие исследовательских способностей у обучающегося. В процессе самостоятельной работы обучается профессиональной работе с первоисточниками, их поиску и критическому осмыслению. На данном этапе предлагается формирование и закрепление навыков по выявлению проблемы, ее формулировка, постановка целей исследования, систематизация и анализ литературы, оформление и аргументация своей позиции. Этот тип работы демонстрирует уровень квалификации обучающегося и подтверждает его исследовательский статус.
В процессе изучения данной дисциплины выделяется два вида самостоятельной работы – аудиторная, под руководством преподавателя, и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.
Основными видами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы; подготовка к практическим занятиям; написание рефератов, эссе; выполнение контрольных работ; выполнение микроисследований.
Внеаудиторные самостоятельные занятия обучающихся представляют собой логическое продолжение аудиторных занятий, проводятся по заданию преподавателя, который инструктирует обучаемых и устанавливает сроки выполнения задания. В отличие от других форм организации учебного процесса затраты времени на выполнение этой работы не регламентируются расписанием. Режим и продолжительность работы выбирает сам обучаемый в зависимости от своих способностей и конкретных условий.
Основными видами самостоятельной работы обучающихся с участием преподавателей являются: коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий). Преподаватель учитывает результаты самостоятельной работы при подведении итогов освоения обучающимися учебной дисциплины.

Методические указания к зачету.
Зачеты, как правило, служат формой проверки усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, а также проверки результатов учебных и производственных практик.
При подготовке к зачёту обучающийся должен правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть качественно и на высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Зачёт призван побудить обучающегося получить дополнительно новые знания. Во время подготовки к зачёту обучающиеся также систематизируют знания, которые они пробрели при изучении разделов курса. Это позволяет им уяснить логическую структуру курса, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы развития законодательства.
Самостоятельная работа по подготовке к зачёту во время сессии должна планироваться обучающимся, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачёт и дней, отведенных на подготовку к зачёту. При этом необходимо, чтобы последний день или часть его, был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет обучающемуся самостоятельно перепроверить уровень усвоения материала. Важно иметь в виду, что для целей воспроизведения материала учебного курса большую вспомогательную роль может сыграть информация, которая содержится в рабочей программе курса.
Тщательная подготовка к зачету и начинается с первого занятия, поскольку лишь систематический, повседневный, рационально организованный учебный труд может обеспечить успешный результат.
С вопросами, выносимыми на зачет, обучающийся может ознакомиться заранее. При подготовке устных ответов на них необходимо последовательно восстановить в памяти материал каждой темы, каждого раздела курса. Для этой цели следует использовать конспекты лекций и первоисточников, записи, сделанные при подготовке к семинарам, а также учебную и научную литературу.
В зависимости от индивидуальных навыков и способов самостоятельной работы обучающийся может делать краткие конспекты вариантов ответов, повторять их устно на память, составлять тезисы или планы ответов. Важно также правильно распределить время, отведенное на подготовку таким образом, чтобы имелась возможность повторить изученный материал накануне дня зачета. Не следует пренебрегать консультациями, которые организует кафедра и преподаватель по каждому предмету во время сессии и в межсессионный период. Здесь можно выяснить все непонятные толкования, незнакомые термины и формулировки, уточнить те или иные положения, сведения и идеи, организационные вопросы, связанные с порядком проведения зачета.
За отведенное на зачете время для подготовки к ответу необходимо составить примерный план (последовательную схему) ответа с включением в него всех важнейших проблем и значимых нюансов в предполагаемой логике изложения материала. При этом совершенно не обязательно подробно прописывать все содержание, поскольку это занимает лишнее время и затрудняет выделение опорных мыслей и главных идей.
При приеме зачета у лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие в аудитории лица, оказывающего обучающемуся соответствующую помощь.
При возникновении особых обстоятельств, освоение дисциплины осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.