

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.04.2024 10:20:22
Уникальный программный ключ:
с098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины
Управление репутацией в деловой среде**

Направление 42.04.02 Журналистика
магистерская программа 42.04.02.01 "Деловая журналистика и бизнес- коммуникации"

Для набора 2023 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА **Журналистика****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	7 4/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	6	6	6	6
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): д.филол.н., проф., зав.каф., Клемёнова Е.Н.; доц., Фарахшина О.М.

Зав. кафедрой: д. филол. н., профессор Клемёнова Е. Н.

Методическим советом направления: д.филол.н., проф., зав.каф., Куликова Э.Г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование и развитие у обучающихся компетенций, определяющих успешность самопрезентации и управления репутацией организации/ профессионала в Digital-среде: знаний, умений и навыков в сфере цифровых медиа, специфики работы с имиджем и репутацией с использованием Интернет – технологий, выстраивания вербальной и визуальной коммуникации в социальных сетях и электронных СМИ.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3:готов осуществлять планирование, координацию и оценивать эффективность деятельности подразделения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
способы самопрезентации персоны или организации в интернете (соотнесено с индикатором ПК-3.1)
Уметь:
анализировать имидж и успешность представленности организации / персоны в информационном пространстве (по формальным критериям) (соотнесено с индикатором ПК-3.2)
Владеть:
основами оценки деловой репутации и преимуществами корпоративного СМИ в качестве канала PR-коммуникации (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Самопрезентация в системе деловой успешности				
1.1	Репутация и имидж как инструмент организации, персоны или бренда. Имидж и самопрезентация. Особенности и способы самопрезентации личности/бренда/компании в сфере digital. Функции и виды имиджа. Имиджформирующая информация и ее виды. Принципы формирования индивидуального имиджа. Факторы, влияющие на имидж в социальных сетях. Деловая и личная репутация. Типы и виды управления имиджем и репутацией. Самопрезентация в digital-среде: анализ кейсов.Построение и/или анализ собственного имиджа и способов самопрезентации. Методы и способы анализа, построения и трансформации имиджа в информационном пространстве. Инструменты и техники формирования и комплексного управления репутацией. /Лек/	4	6	ПК-3	Л1.2 Л1.4 Л1.6Л2.2 Л2.3 Л2.7 Л2.11 Л2.14 Л2.15
1.2	Роль контента в создании и поддержании репутации организации / бренда / персоны. Репутационный текст. Контент для презентации организации/персоны/бренда в digital-медиа. Виды текстов: особенности создания и размещения. Организация коммуникаций с digital- медиа. Контент для соцсетей: основные характеристики и современные тренды. Виды текстов для социальных сетей. Технологии создания репутационных текстов. Критерии анализа текстов на соответствие имиджу. Контент-план для социальной сети. /Пр/	4	4	ПК-3	Л1.1 Л1.3 Л1.5 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.7 Л2.10 Л2.12 Л2.13 Л2.14

1.3	<p>Задание 1. Напишите текст самопрезентации.</p> <p>Задание 2. Напишите статью об имидже.</p> <p>Задание 3. Напишите материал о продвижении своего вуза.</p> <p>Задание 4. Анализ предложенных преподавателем публикаций в СМИ, выполненных в разных жанровых группах: информационной, аналитической и художественно-публицистической.</p> <p>Задание 5. Объяснение методов работы и подачи информации журналистами в зависимости от тактической и стратегической целей.</p> <p>Задание 6. Обсуждение и анализ проблемно- тематической составляющей медийных текстов, авторского стиля и приемов установления контакта автора с аудиторией. (с использованием Libre Office)</p> <p>/Ср/</p>	4	28	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15
Раздел 2. Имидж					
2.1	Корпоративный имидж и личный имидж профессионала: технологии оценки и создания. Личный бренд. /Пр/	4	4	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.2 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.9 Л2.10 Л2.12 Л2.15
2.2	<p>Задание 1. Проанализировать варианты успешных кейсов и выделить особенности и методы построения имиджа организации или личного бренда.</p> <p>Задание 2. Создать или откорректировать собственный имидж в сети с применением таких приемов и техник, как позиционирование, формат, эмоциональность, детализация, акцентирование информации, дистанцирование, подача противоречивых сигналов, использование разных моделей восприятия и др.</p> <p>Задание 3. Принять участие в деловое игре «Исправить репутацию за час», где все слушатели разбиваются на группы по 3-5 человек, получают кейс-задачу и решают ее за 40 минут, затем представляют свою версию на всеобщее обсуждение.</p> <p>Задание 4. Разработка проекта целостной концепции имиджа компании/личного бренда для представления его в интернете.</p> <p>/Ср/</p>	4	26	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15
2.3	/Зачёт/	4	4	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Романов А. А.	Рекламные и PR-технологии масс-медиа: учебно-методический комплекс	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Романов А. А.	Массовые коммуникации: учебно-практическое пособие: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Бузин В. Н., Бузина Т. С.	Медиапланирование: теория и практика: учебное пособие	Москва: Юнити-Дана, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Никитенко А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228794 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Кирия И. В., Чумакова В. П.	Управленческий аудит медиакомпаний: учебное пособие	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462715 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Никитенко, А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	http://www.iprbookshop.ru/44982.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Чилингир, Е. Ю.	Медиаанализ и медиапланирование: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020	http://www.iprbookshop.ru/95334.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Тертычный А. А.	Жанры периодической печати: Учеб. пособие	М.: Аспект Пресс, 2002	14
Л2.2	Черных А.	Мир современных медиа: монография	Москва: Территория будущего, 2007	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Никуличев Ю. В., Бригз А., Кобли П.	Медиа: введение: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Иванов А. В.	Функционирование интернет-медиа с точки зрения законодательной базы различных стран: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140917 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Третьяков В. Т.	Как стать знаменитым журналистом: курс лекций по теории и практике современной русской журналистики: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2013	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210221 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Богданов В. В., Комарова И. М.	Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7	Головлева, Е. Л.	Массовые коммуникации и медиапланирование: учебное пособие	Москва: Академический Проект, 2016	http://www.iprbookshop.ru/60028.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Кумова, С. В.	Современные технологии цифрового медиадизайна: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015	http://www.iprbookshop.ru/76512.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Кириллова Н. Б.	Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494603 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.10	Мельникова, Н. А.	Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020	http://www.iprbookshop.ru/90235.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.11	Манович Л.	Язык новых медиа: публицистика	Москва: Ад Маргинем Пресс, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=594512 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.12		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика: журнал	Москва: Московский Государственный Университет, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600836 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.13	Дзялошинский, И. М.	Информационно-коммуникационный универсум как система матриц текстовой деятельности: создание, восприятие и понимание медиатекстов: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021	http://www.iprbookshop.ru/103441.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.14	Жилавская, И. В., Онучина, К. К.	Виды медиа: типология и история: учебное пособие	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2020	http://www.iprbookshop.ru/105892.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.15	Неренц Д. В.	Трансформация медиасреды в XXI веке: материалы междунар. науч.-практ. конф. 24 апр. 2019 г., г. Москва	М.: РГГУ, 2019	5

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <https://yandex.ru/news/smi>

Ведомости – <https://www.vedomosti.ru/>

Взгляд – <https://vz.ru/>

ВЦИОМ – <https://www.wciom.ru/>

Газета – <https://gzt.ru/>

Город N – <https://gorodn.ru/>

Государственная система правовой информации – <http://www.pravo.fso.gov.ru/>

Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <http://sophist.hse.ru/>

Журналист – <https://jrnlst.ru/>

Интерфакс – <https://www.interfax.ru/>

Исследовательская компания Mediascope – <https://mediascope.net/>

Комитет защиты журналистов – <https://cpj.org/ru/>

Коммерсант – <https://www.kommersant.ru/>

Лента.ру – <https://lenta.ru/>

МедиаСпрут. Каталоги СМИ России, стран СНГ и Балтии, дальнего зарубежья – <http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml>

Международная федерация журналистов – <https://www.ifj.org/>

Международная федерация периодических СМИ – <https://www.fipp.com/>

Национальный институт развития прессы – <http://www.pdi.ru/>

Наше время – <https://www.nvgazeta.ru/>

Независимая газета – <https://www.ng.ru/>

Официальный портал правительства РО – <https://www.donland.ru/>

Официальный сервер органов государственной власти РФ – <http://www.gov.ru/>

Профиль – <https://profile.ru/>

РБК daily – <https://www.rbc.ru/>

Региональный информационный холдинг «ДОН-МЕДИА» – <https://don24.ru/>

Рейтинг СМИ – <https://inpresso.ru/smi.php>

РИА Новости – <https://ria.ru/>

Российская газета – <https://rg.ru/>

Российские и зарубежные новости – <https://polit.ru/>

Союз журналистов России – <https://ruj.ru/>

Справочно-информационный портал «Грамота.ру» – <http://gramota.ru/>

ТАСС – <https://tass.ru/>

Университетская библиотека online – https://biblioclub.ru/index.php?page=razd_n

Фонд защиты гласности – <http://www.gdf.ru/>

Фонд Общественное Мнение – <https://fom.ru/>

Форбс – <https://www.forbes.ru/>

Центр журналистских технологий – <http://www.cjt.nnov.ru/index.htm>

Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс. – <http://www.e-disclosure.ru/>

Эксперт – <https://expert.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Libre Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения: столы, стулья; персональный компьютер / ноутбук (переносной); проектор, экран / интерактивная доска. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

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

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-3: готов осуществлять планирование, координацию и оценивать эффективность деятельности подразделения			
Знать: способы самопрезентации персоны или организации в интернете	формулирует ответы на поставленные вопросы; анализирует, отбирает и верифицирует информацию из интернет-источников и баз данных для подготовки к лекциям, практическим, лабораторным занятиям, зачету, для подготовки доклада, выполнения кейс-задачи	полнота и содержательность ответа, знание понятий и терминов дисциплины, знание повестки дня современных деловых СМИ	ВЗ (1-4); КЗ (1-4) Т (1-10)
Уметь: анализировать имидж и успешность представленности организации / персоны в информационном пространстве (по формальным критериям)	ищет, анализирует, отбирает и верифицирует данные и сведения по теме кейс-задачи, группового проекта, творческого задания и др., систематизирует собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения	соответствие цели, теме, проблеме доклада, группового проекта, кейс-задачи, творческого задания; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение аргументировано отстаивать свою позицию при решении кейс-задачи; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке к реализации кейс-задачи, подготовке доклада, группового проекта; соответствие представленной в ответах информации материалам	КЗ (1-4); ТЗ (1-3); ГП (1-3)

		лекции, учебной литературы, сведениям из информационных интернет-ресурсов и баз данных	
Владеть: основами оценки деловой репутации и преимуществами корпоративного СМИ в качестве канала PR-коммуникации	ищет, анализирует, отбирает, систематизирует и верифицирует данные и сведения по теме кейс-задачи, группового проекта, творческого задания; систематизирует собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского проекта; готовит в группе проект по выбранной проблеме	достижение цели и раскрытие темы, проблемы проекта, творческого задания, кейс-задачи; умение приводить примеры из реальной медиапрактики; аргументировано отстаивать свою точку зрения по теме, проблеме; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при разработке проекта; корректное оформление проекта, творческого задания в соответствии с техническим заданием и поставленной целью, использование творческого потенциала (креативность)	КЗ (1-4); ТЗ (1-3); ГП (1-3)

ВЗ – вопросы к зачету; КЗ – кейс-задача; Т – тест, ТЗ – творческая задача; ГП – групповой проект.

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

50-100 баллов (оценка «зачтено»)

0-49 баллов (оценка «незачтено»)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Определение понятия имиджологии. Компоненты имиджа личности.
2. Имидж-эффект. Имидж и символ. Разновидности имиджа.
3. Принципы имиджологии.
4. Приоритетные функции имиджа (ценностные, технологические).
5. Социально-психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.
6. Роль механизмов социально-психологического влияния в процессе формирования имиджа.
7. Морально-этические проблемы деятельности имиджмейкера по формированию имиджа.
8. Формирование имиджа политика и руководителя как создание социальной реальности в сознании людей.
9. Общественное мнение и общественное сознание как факторы формирования имиджа.
10. Когнитивные процессы в основе формирования имиджа руководителя.
11. Социальные стереотипы и установки как факторы формирования имиджа руководителя.
12. Семиотические процессы формирования имиджа руководителя.

13. Психологический механизм принятия информации (феномен когнитивного равновесия).
14. Формирование имиджа руководителя в среде массовой коммуникации. Роль средств массовой информации в формировании социальной реальности.
15. Технология имиджирования руководителя.
16. Стратегии и тактики построения имиджа руководителя. Виды имиджирующей информации.
17. Стихийность и целенаправленность в формировании имиджа эффективного руководителя.
18. Этапы формирования имиджа руководителя и их характеристика.
19. Обеспечение постоянства имиджа руководителя.
20. Имидж руководителя и корпоративная культура.
21. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей.
22. Самопрезентация как комплексная технология формирования имиджа руководителя.
23. Факторы восприятия личности руководителя в общественном сознании.
24. Использование психодиагностики для создания психологического портрета личности.
25. Компоненты имиджа руководителя: личностный, социальный, профессиональный.
26. Свойства имиджа руководителя - адекватность, ответственность, устойчивость, целостность, презентабельность.
27. Создание установки принятия имиджа руководителя (ситуативной, фиксированной).
28. Понятие и характеристика корпоративного имиджа.
29. Роль имиджа государственного органа, должностного лица, государственного служащего в условиях современного государственного управления.
30. Внешний и внутренний имидж руководителя. Связь внутреннего имиджа с корпоративной культурой.
31. Имидж руководителя в структуре имиджа учреждения.
32. Алгоритм совершенствования имиджа руководителя.
33. Основные мероприятия по совершенствованию имиджа руководителя.
34. Образ руководителя в российском обществе.
35. Образ политика в российском обществе.
36. Образ государственного служащего в российском обществе.
37. Имидж женщины – эффективного руководителя.
38. Имидж мужчины – эффективного руководителя.
39. Нормативно-правовые основы имиджмейкерства: международный и российский опыт.
40. Политический и геополитический имидж современной России.
41. Имидж и карьера руководителя (государственного служащего).
42. Имидж руководителя и коммуникации. Навыки эффективного коммуникатора.
43. Имидж антиконфликтного руководителя.
44. Имиджология как междисциплинарная наука.
45. Социально-психологический портрет слабого и сильного руководителя.
46. Стратегии построения современного имиджа эффективного руководителя.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 100.

Зачет (100-50 баллов) выставляется, если студент продемонстрировал хорошие знания терминологии, начитанность, опыт прочтения авторитетных исследований, владение публицистическим стилем речи. Теоретические знания в области повестки дня современных деловых СМИ обязательно должны быть подкреплены примерами из практики.

Незачет (0-49 баллов) выставляется, если студент не показывает теоретические знания и практические навыки в области повестки дня современных деловых СМИ.

Тестовые задания

1. От какого слова происходит понятие «Самопрезентация»?
2. В течении какого времени складывается мнение о человеке?
3. Играция это
 - а) выстраивание своего образа путем подчеркивания тесной связи с успешными, знаменитыми людьми
 - б) приукрашивание, самовосхваление, стремление сделать себя привлекательным, особенно для тех, кто имеет высокий статус
 - в) стремление произвести впечатление, описывая свои таланты и выдающиеся познания

4. К каким категориям человек бессознательно причисляет, увидев новый объект?
5. Самоподдержка это
- а) стремление произвести впечатление, описывая свои таланты и выдающиеся познания
 б) выстраивание своего образа путем подчеркивания тесной связи с успешными, знаменитыми людьми
 в) приукрашивание, самовосхваление, стремление сделать себя привлекательным, особенно для тех, кто имеет высокий статус
6. Что означает понятие самопрезентация?
- а) Мнение о себе
 б) Саморекламирование
 в) управление впечатлением о себе у других людей
7. К чему относится самопрезентация?
- а) К стремлению человека представить желаемый образ
 б) Улучшение внешнего облика
 в) Уравновешивание успехов и ошибок
8. В течение какого времени люди присматриваются друг к другу?
9. В каком году Э. Джонс и Т. Питман описали стратегические техники самопрезентации?
10. Какие приемы используются для улучшения внешнего облика при самопрезентации?

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20.

За каждый правильный ответ на вопрос теста – 2 балла.

Кейс-задачи

Задание 1. Проанализировать варианты успешных кейсов и выделить особенности и методы построения имиджа организации или личного бренда.

Задание 2. Создать или откорректировать собственный имидж в сети с применением таких приемов и техник, как позиционирование, формат, эмоциональность, детализация, акцентирование информации, дистанцирование, подача противоречивых сигналов, использование разных моделей восприятия и др.

Задание 3. Принять участие в деловой игре «Исправить репутацию за час», где все слушатели разбиваются на группы по 3-5 человек, получают кейс-задачу и решают ее за 40 минут, затем представляют свою версию на всеобщее обсуждение.

Задание 4. Разработка проекта целостной концепции имиджа компании/личного бренда для представления его в интернете.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за каждое задание – 5 (5x4=20):

Оценка	Критерии оценивания
5	Обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Обучающийся самостоятельно решил представленную практическую задачу самопрезентации и управления репутацией в цифровой среде применительно к компании / бренду / персоне.
4	Обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. При выполнении задания допущены незначительные неточности.
3	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены. При выполнении задания требовалась значительная помощь преподавателя.
2	Демонстрирует небольшое понимание проблемы, задание выполнено

	частично.
1	Демонстрирует непонимание проблемы. Попытки выполнения задания были неверными.
0	Нет ответа. Не было попытки решить поставленную практическую задачу.

Творческое задание

Задание 1. Напишите текст самопрезентации.

Задание 2. Напишите статью об имидже.

Задание 3. Напишите материал о продвижении своего вуза.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за каждое задание – 10 (10x3=30).

10-9 баллов выставляется студенту, если материал реализован в установленном заданием жанре, в материале аргументировано выражена позиция автора, материал структурирован в соответствии с требованиями жанра, тема и проблема материала полностью раскрыта, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте материала; предоставлена аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт; материал написан качественным публицистическим языком; материал опубликован в СМИ (включая студенческий журнал «РИНХбург»);

8-6 баллов выставляется студенту, если материал реализован в установленном заданием жанре, в материале аргументировано выражена позиция автора; материал структурирован в соответствии с требованиями жанра, но имеются недочеты; тема и проблема материала раскрыты не полностью; предоставлена недостаточная аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт; материал написан хорошим публицистическим языком; в материале встречаются ошибки (фактические, смысловые, лексические, синтаксические, грамматические);

5-3 баллов выставляется студенту, если материал реализован в установленном заданием жанре, в материале позиция автора слабо аргументирована; материал плохо структурирован в соответствии с требованиями жанра; тема и проблема материала не раскрыты полностью; предоставлена недостаточная аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт; материал написан удовлетворительным публицистическим языком; в материале имеются ошибки (фактические, смысловые, лексические, синтаксические, грамматические);

2-0 баллов выставляется студенту, если материал не реализован в установленном заданием жанре, в материале позиция автора не аргументирована; материал не структурирован в соответствии с требованиями жанра; тема и проблема материала не раскрыты; предоставлена недостаточная аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт; материал не отвечает нормам современного публицистического языка СМИ; в материале имеются грубые ошибки (фактические, смысловые, лексические, синтаксические, грамматические).

Групповой проект

Групповой проект 1. Анализ предложенных преподавателем публикаций в СМИ, выполненных в разных жанровых группах: информационной, аналитической и художественно-публицистической.

Групповой проект 2. Объяснение методов работы и подачи информации журналистами в зависимости от тактической и стратегической целей.

Групповой проект 3. Обсуждение и анализ проблемно-тематической составляющей медийных текстов, авторского стиля и приемов установления контакта автора с аудиторией.

Групповой творческий проект предполагает:

1. Наличие значимой проблемы/задачи (исследовательской, информационной, практической), требующей интегрированного знания, исследовательского поиска её решения (например, создание серии репортажей по одной проблеме).

2. Практическая, теоретическая, познавательная значимость предполагаемых результатов (например, совместный с партнёрами по проекту выпуск газеты, альманаха с репортажами с места событий).

3. Самостоятельная деятельность студентов в группе до 5 человек.

4. Структурирование содержательной части проекта (с указанием поэтапных результатов).

5. Использование исследовательских методов.

Подробнее метод.указания по реализации группового проекта см. в Приложении 2.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за каждое задание – 10 (10x3=30).

10-9 баллов выставляется, если проект реализован в установленном техническим заданием формате, в проекте аргументировано выражена позиция автора, работа структурирована в соответствии с техническими требованиями, тема и проблема задачи полностью раскрыта, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием терминов и понятий в контексте материала; предоставлена аргументация своего мнения с опорой на факты теории и практики развития корпоративных СМИ; работа содержит полную и корректную визуализацию данных; проект визуализирован в формате презентации и отвечает установленному хронометражу; презентация отличается полнотой, уверенным выступлением, знанием предмета и профессиональной терминологии; в ходе презентации проекта обучающийся способен дать четкие и развернутые ответы на возникающие вопросы, приводя примеры из медиапрактики;

8-6 баллов выставляется студенту, если материал реализован в установленном техническим заданием формате, в проекте аргументировано выражена позиция автора; работа структурирована в соответствии с техническими требованиями, но имеются недочеты; тема и проблема задачи раскрыты не полностью; предоставлена недостаточная аргументация своего мнения с опорой на факты теории и практики развития корпоративных СМИ; работа содержит неполную визуализацию данных; проект визуализирован в формате презентации, но не отвечает установленному хронометражу; презентация не отличается полнотой, уверенным выступлением, знанием предмета и профессиональной терминологии; в ходе презентации проекта обучающийся способен дать верные ответы на возникающие вопросы, приводя примеры из медиапрактики;

5-4 баллов выставляется студенту, если материал в целом реализован в установленном техническим заданием формате, в проекте выражена позиция автора, но без четкой аргументации; работа в целом структурирована в соответствии с техническими требованиями, но имеются недочеты; тема и проблема задачи раскрыты не полностью; предоставлена недостаточная аргументация своего мнения с опорой на факты теории и практики развития корпоративных СМИ; работа содержит некорректную визуализацию данных; проект визуализирован в формате презентации, но не отвечает установленному хронометражу; презентация не отличается полнотой, уверенным выступлением, знанием предмета и профессиональной терминологии; в ходе презентации проекта обучающийся способен дать верные ответы на возникающие вопросы после подсказки преподавателя;

3-1 баллов выставляется студенту, если материал не реализован в установленном техническим заданием формате, в проекте не выражена позиция автора; работа не структурирована в соответствии с техническими требованиями, в ней имеются недочеты; тема и проблема задачи не раскрыты; предоставлена недостаточная аргументация своего мнения с опорой на факты теории и практики развития корпоративных СМИ; работа не содержит визуализацию данных; проект визуализирован в формате презентации, но не отвечает установленному хронометражу; презентация не отличается полнотой, уверенным выступлением, знанием предмета и профессиональной терминологии; в ходе презентации проекта обучающийся не способен дать ответы на возникающие вопросы;

0 баллов выставляется, если обучающийся не выполнил задание, не участвовал в групповом проекте.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в устном виде. Количество вопросов в задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день проведения зачета. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом по направлению подготовки «Журналистика» предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются общетеоретические вопросы, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу,
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме,
- письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой

темы.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, законспектировать основные тезисы, выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности: интерактивная доска для подготовки и проведения лекционных и семинарских занятий.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой вуза <http://library.rsue.ru/>. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.

Методические рекомендации по проведению группового проекта

Групповой творческий проект предполагает:

1. Наличие значимой проблемы/задачи (исследовательской, информационной, практической), требующей интегрированного знания, исследовательского поиска её решения (например, создание серии репортажей по одной проблеме).
2. Практическая, теоретическая, познавательная значимость предполагаемых результатов (например, совместный с партнёрами по проекту выпуск газеты, альманаха с репортажами с места событий).
3. Самостоятельная деятельность студентов в группе до 5 человек.
4. Структурирование содержательной части проекта (с указанием поэтапных результатов).
5. Использование исследовательских методов.

Описание проекта

Руководитель проекта (курирующий проект) должен:

- создать мотивацию;
- создать образовательную среду;
- определить, чему должны научиться учащиеся в результате работы;
- организовать работу в малых группах (где это необходимо), индивидуально;
- владеть способами организации обсуждения в группах методов исследования, выдвижения гипотез, аргументирования выводов и т. п.;
- консультировать (по методу убывающих подсказок);
- уметь использовать простые примеры для объяснения сложных явлений;
- представлять возможные способы презентации ситуаций для осмысления проблемы исследования;
- иметь критерии объективной оценки.

План работы:

1. Определить тему проекта, четко сформулировать ее.
2. Определить назначение проекта.
3. Определить тип проекта.
4. Определить целевую группу пользователей.
5. Сформулировать цели и задачи проекта, рассматривая при этом цель как конечный результат проектной деятельности, а задачи как средство достижения намеченной цели.
6. Прописать этапы реализации проекта.
7. Определить перспективы развития проекта.
8. Продумать форму представления информации.
9. Определить структуру проекта.
10. Детализировать описание определенной структуры.
11. Определить необходимый фронт работ.
12. Распределить обязанности среди членов бригады.

Этапы проектной деятельности:

I. Подготовительный. Выбор и обоснование темы и цели проекта, отбор источников информации, разработка последовательности технологических процессов, мотивация и методическое обеспечение будущего проекта. Самоопределение будущих участников проектирования. Выявление социальных и индивидуальных потребностей в данной деятельности.

II. Технологический: проблематизация, концептуализация, программирование, планирование, организация. Выполняются операции, предусмотренные проектом. Определение проблем на основе анализа несоответствия данного предмета желаемому образу, выявление точек несоответствия и причин выявленных затруднений. Определение целей, согласование их. Разработка концептуального проекта. Разработка необходимых мероприятий для достижения целей проекта. Разработка плана достижения поставленных целей. Организация деятельности в соответствии с планом, программой, проектом.

III. Завершающий. Проводится защита проекта с представлением его результатов. Возможна экспертиза проекта независимой комиссией или экспертной группой.

Основная часть работы над проектом может быть оформлена в виде таблицы (табл. 1):

Таблица 1. *Логическая рамка проектирования.*

<i>Решаемая проблема:....</i>			
<i>Цели, средства реализации</i>	<i>Показатели достижений</i>	<i>Процедуры контроля</i>	<i>Риски</i>
<i>1. Общая цель проектировщика</i>	1. 2. 3. 4.	1. 2.. 3.	
<i>2. Конкретная цель (задачи)</i>	1. 2 3.	1. 2. 3.	
<i>3. Ожидаемые результаты.</i>	1. 2. 3.	1. 2. 3.	
<i>Планирование работы</i>			
4. Необходимые действия 1. 2. 3.и т.д.			<i>Срок.</i>

Или даже в виде плана (но! планирование – часть проектирования) (табл. 2):

Таблица 2. *Планирование действий в рамках проекта.*

<i>Цель проекта</i>				
<i>Система</i>	<i>Сроки</i>	<i>Ресурсы</i>	<i>Контроль</i>	<i>(не</i>

<i>действий</i>			обязательно)
1.			
2. и т.д.			

Как грамотно заканчивать проект? Последний шаг – рефлексия, анализ сделанного, сравнение того, что было задумано, с тем, что получилось, т.е. сопоставление цели и результата. Именно поэтому алгоритм проектной деятельности и называют «дизайн-петля»: соединяя, посредством рефлексивного анализа, конечный результат с началом работы, мы как бы замыкаем круг нашей деятельности, придаем процессу целостность, сопоставляя цель и результат.

На какие вопросы нужно ответить в процессе рефлексии?

1. насколько успешно решена проблема?
2. насколько полно собрана информация?
3. насколько представленное проектное решение может быть улучшено?
4. насколько я был успешен в процессе проектирования?

Ответ на 4-ый вопрос должен отражать ряд критических моментов:

- значимость и четкость формулировки проблемы;
- аргументация положений гипотезы;
- планирование и проведение исследования;
- успешность применения творческих методов;
- широта спектра первоначальных идей;
- достаточность проработки выбранной идеи.

Оформление и структура отчета по проектной теме

Титульный лист:

Формат А4;

Наверху, по центру, полное название образовательного учреждения;

Ниже – название проекта (код предмета);

Ниже – тема;

Ниже – выполнил (а) фамилия и имя автора (авторов), № и буква класса, тип класса; если количество авторов проекта более трех, то на титульном листе указывается: «группа учащихся», а состав группы оформляется на отдельном листе, располагаемым за титульным листом.

Ниже – руководитель: ФИО (полностью) руководителя, его должность и телефон;

Ниже – проект выполнен в сроки (с __ по __).

Нижняя строка: г. Ростов-на-Дону, год.

Структура отчета

1. введение (актуальность темы, причина выбора);
2. формулировка ПРОБЛЕМЫ;
3. определение ОБЪЕКТА и ПРЕДМЕТА исследования;
4. перечисление методик исследования;
5. формулировка цели;
6. формулировка задач.
7. формулировка выводов.
8. библиография
9. понятийный аппарат;
10. оформление таблиц, схем, презентация;

Защита проекта. Рекомендуется составлять сценарий защиты. Примерная схема защиты может выглядеть так:

1. Постановка проблемы, ее актуальность.
2. Высказывание гипотезы, аргументация ее положений.
3. Основная часть. Этапы работы над проектом, полученные результаты, их краткий анализ.
4. Выводы. Результаты рефлексивной оценки.
5. Ответы на вопросы других участников защиты (дискуссия).

Оценка проекта. Оценка проекта должна быть интегрированной. Она складывается из оценок этапов выполнения проекта (от формулировки проблемы до полученного результата), результатов

контрольного тестирования (если это учебный проект и часть тем программы профиля изучалась самостоятельно в ходе проектирования) и результатов защиты проекта.

Таблица 3. *Примерная схема оценивания процесса реализации проекта*

<i>Критерий</i>	Показатели	Уровни		
		Низкий	Средний	Высокий
<i>Информационная обеспеченность</i>	знакомства, представления, тезаурус, понимание.			
<i>Функциональная грамотность</i>	— восприятие установок и объяснений руководителя проекта, письменных текстов, умение задавать конструктивные вопросы, умение обращаться с техническими объектами, приемы безопасной работы и пр.			
<i>Технологическая умелость</i>	- способность выполнять трудовые операции, стандартизованные программами предыдущих курсов, манипулирование объектами и средствами труда, способность достижения заданного уровня качества, освоенность ручных и машинных операций, понимание свойств материалов, правильное применение инструментов, обеспечение личной безопасности, рациональная организация рабочего места и др.			
<i>Интеллектуальная подготовленность</i>	— способность вербализовать трудовые операции, рефлексия трудовой деятельности, понимание постановки учебных (теоретических и практических) задач, достаточность объема памяти, способность сравнения предметов по размеру; форме, цвету, материалу и назначению, аддитивное восприятие новой информации, умение пользоваться учебной литературой и другие для рационального планирования деятельности, в том числе, совместной с другими людьми.			
<i>Волевая подготовленность</i>	- стремление выполнять поставленные учебные задачи, желание выполнить задание (работу) на высоком уровне качества, выбор темпа выполнения задания, поддержание культуры труда; - дружелюбное взаимодействие с другими студентами, понимание замечаний, пожеланий и советов, способность запрашивать и получать помощь;			

	- успешное преодоление психологических и познавательных барьеров и др.			
--	--	--	--	--

При защите проекта оценивается собственно **проект и презентация**. При оценке проекта, кроме предложенных ниже критериев (табл. 4), можно использовать и другие, например, объем проработанного материала, оригинальность раскрытия темы и предлагаемых решений, активное использование современных источников информации; уровень самостоятельности учащихся при работе над проектом, самооценку (результаты рефлексии) работы проектной группы.

К числу критериев оценки презентации проекта можно отнести: четкость и доступность выступления, глубину и широту знаний по проблеме, продемонстрированные в ходе презентации, качество ответов на вопросы, артистизм, умение заинтересовать аудиторию, использование наглядности и технических средств.

Таблица 4. *Критерии оценки защиты творческого проекта*

п/п	Критерий	Низкая оценка 1-5 баллов (2)	Средняя оценка 6-8 баллов (3-4)	Высокая оценка 9-10 баллов (5)
	Формулировка темы	Недостаточно грамотно	Отвечает требованиям проектной работы	Отвечает требованиям проектной работы + исследовательской работы
	Актуальность проблемы	Низкая	Средняя	Проблема очень актуальна в современных условиях
	Цель и задачи	Неадекватны теме	Адекватны теме, но представлены не полностью	Адекватны теме, представлены полностью
	Глубина и качество изучения специальной литературы	Низкая	Средняя	Высокая
	Теоретические выводы	Отсутствуют или не обоснованы	Сделаны не все возможные выводы или недостаточно обоснованы	Обоснованы, сделаны все выводы, которые позволяет сделать теоретический материал
	Качество экспериментальной части проекта	Низкое	Среднее	Высокое
	Приложения	Требуются, но отсутствуют	Присутствуют или не требуются	Присутствуют, ярко иллюстрируют содержание проекта
	Язык	Не соответствует нормам научной прозы	Соответствует нормам научной прозы	Соответствует нормам научной прозы, заслуживает высокой оценки
	Качество оформления	Низкое	Среднее	Высокое

Методы, рекомендуемые к использованию в проектной деятельности.

Метод (в широком смысле) - способ познания явлений природы и общественной жизни с целью построения и обоснования системы знаний.

Метод (в узком смысле) - регулятивная норма или правило, определенный путь, способ, прием решений задачи теоретического, практического, познавательного, управленческого, житейского характера.

1. Творческие методы проектирования:

аналогии, ассоциация, неологии, эвристическое комбинирование, антропотехника, использование передовых технологий.

Аналогии - используются уже существующие решения в других областях (биоформа, архитектура, инженерные решения и т. п.). Таким образом, аналогии становятся творческим источником. Интерпретация творческого источника и превращение его путем трансформации в проектное решение собственной задачи — суть этого метода. Первоначальная идея, заимствованная по аналогии, постепенно доводится до решения, адекватного замыслу. Такое проектирование имеет отношение к функциональному проектированию, то есть проектированию не предмета (вещи), а способа (функции). Проектируем не печь, а способ обогрева помещения, не чайник, а способ кипячения воды, не проигрыватель, а способ воспроизведения звука.

Ассоциации - метод формирования идеи. Творческое воображение обращается к разным идеям окружающей действительности. Развитие образно-ассоциативного мышления учащегося, приведение его мыслительного аппарата в постоянную «боевую готовность» — одна из важнейших задач в обучении творческой личности, способной мобильно реагировать на окружающую среду и черпать оттуда продуктивные ассоциации. Кроме того, в современном дизайне яркое образное мышление понимается как принципиально новый способ самого проектирования.

Неологии - метод использования чужих идей. Например, можно осуществлять поиск формы на основе пространственной перекомпоновки некоего прототипа. Но в процессе заимствования необходимо ответить на вопросы: Что нужно изменить в прототипе? Что можно изменить в прототипе? Каким образом лучше это сделать? Решает ли это поставленную задачу? Заимствование идеи без изменений может привести к обвинению в плагиате.

Эвристическое комбинирование - метод перестановки, предполагающий изменение элементов или их замену. Его можно охарактеризовать как комбинаторный поиск компоновочных решений. Этот метод может дать достаточно неожиданные результаты. Например, с его помощью первоначальную идею можно довести до абсурда, а потом в этом найти рациональное зерно. Авангардисты в моде часто пользуются именно эвристическим комбинированием.

Антропотехника - метод, предполагающий привязку свойств проектируемого объекта к удобству человека, к его физическим возможностям. Например, при проектировании сумок есть правило: замок должен быть удобен для открывания его одной рукой; зонт должен раскрываться нажатием на кнопку тоже одной рукой. Вспомните, как сейчас автолюбители открывают машину — нажатием одной кнопки на брелке. Все это — антропотехника.

2. Методы, дающие новые парадоксальные решения: *инверсия, «мозговая атака», «мозговая осада», карикатура, бионический метод.*

Инверсия (перестановка) — метод проектирования «от противного». Это кажущаяся абсурдная перестановка — «переворот». Такой подход к проектированию основан на развитии гибкости мышления, поэтому он позволяет получить совершенно новые, порой парадоксальные решения (например, одежда швами наружу и т. п.). Интересно использование декора по методу инверсии: детали, выхваченные из другого изделия, укрупнение декора, смешение видов и стилей декоративных элементов, применение их в самых неожиданных местах и т. д.

Мозговая атака - коллективное генерирование идей в очень сжатые сроки. Метод основан на интуитивном мышлении. Главное предположение: среди большого числа идей может оказаться несколько удачных. Главные условия: коллектив должен быть небольшой; каждый участник «атаки» по очереди выдает идеи в очень быстром темпе; всякая критика запрещена; процесс записывается на магнитофон. Затем идеи анализируются.

Мозговая осада - это также метод проведения быстрого опроса участников с запретом критических замечаний. Но в отличие от предыдущего, каждая идея доводится до логического завершения, поэтому процесс получается длительным во времени, отсюда и название «осада».

Карикатура — метод доведения образного решения продукта дизайна до гротескного, абсурдного; приводит к нахождению нового неожиданного решения, способствует развитию творческого воображения. Метод гиперболы, создания гротескного образа широко используется в современном модном эскизе.

Бионический метод заключается в анализе конкретных объектов бионики. Например, механика работы крыльев у насекомых может дать свежие идеи решения задач по проектированию объектов со створками, наслоением или трансформацией деталей. Свечение некоторых насекомых натолкнуло на идею разработки обуви и одежды со встроенными светящимися в темноте элементами (спортивная одежда: куртки, кроссовки). Бионический подход в дизайне позволяет получить неординарные решения конструктивных узлов, новых свойств поверхностей и фактур.

3. Методы, связанные с пересмотром постановки задачи: *наводящая задача-аналог, изменение формулировки задачи, наводящие вопросы, перечень недостатков, свободное выражение функции.*

Наводящая задача-аналог. Этим эвристическим методом часто пользуются при проектировании. Он основан на первоначальном поиске чужих идей (в журналах, специальной литературе, на выставках, в магазинах и т. п.) и тщательном анализе их достоинств и недостатков. Применение этого метода позволяет решить проектную задачу, используя предыдущий (чужой) опыт проектирования. Это может натолкнуть на видоизменение или совершенно новые идеи для решения поставленной проблемы, находясь в русле профессионального решения подобных задач. Учащиеся могут пользоваться этим методом на этапе предпроектного анализа.

Изменение формулировки задачи. Изменение формулировки расширяет границы поиска решения. Если дано задание спроектировать, например, пляжную сумку, то возможны следующие формулировки:

- 1) придумать сумку, трансформирующуюся в пляжную подстилку-коврик;
- 2) придумать сумку, материал которой не пачкается и не промокает;
- 3) придумать сумку, в которой могут поместиться не только пляжные принадлежности, но и маленький ребенок, и которую можно легко катать по песку и камням пляжа;
- 4) придумать сумку из тончайшей пленки, которая может легко трансформироваться в тент и т. д.

Хотя при изменении формулировки ставятся нетривиальные, порой абстрактные условия, но этим, тем не менее, может быть достигнуто неожиданное решение прагматично поставленной задачи. Применение этого метода развивает мобильность мышления учащегося.

Наводящие вопросы помогают уменьшить психологическую инерцию и упорядочить поиск вариантов. Ставятся вопросы следующего характера: что можно в объекте уменьшить, увеличить, разъединить, объединить, добавить, минимизировать и т. д. Например, при решении предыдущей задачи (разработка пляжной сумки) можно поставить следующие наводящие вопросы:

1. Для кого предназначена сумка (для всех, для ребенка, женщины, мужчины)?
2. Будет ли сумка трансформируема, и каким образом (в коврик, в тент, на колесиках...)?
3. Каким будет материал сумки (из лоскутков в технике пэчворк, из клеенки, из прозрачной пленки, из плотной ткани, из других материалов)?
4. Сколько карманов и какого размера будет в сумке (для мелочей – расческа, очки, тюбик с кремом; для бутылки с водой, для теннисной ракетки и т. п.)?
5. Какая застежка будет у сумки (молния, магнит, кнопки, завязки)?

Перечень недостатков - метод заключается в составлении полного развернутого перечня недостатков изделия. Перечень недостатков дает ясную картину, какие из недостатков подлежат изменению. Здесь учащийся (он же проектировщик) должен перевоплотиться в потребителя объекта.

Свободное выражение функции - метод поиска «идеальной» вещи. Основная цель метода состоит в такой постановке задачи, при которой главное внимание уделяется назначению объекта. Функциональность является маяком поиска решения. Например, если проектируется идеальная игрушка для малыша, то она должна удовлетворять ряду условий: быть занимательной, яркой и выполнять развивающую функцию; быть из экологически чистого материала; быть безопасной для малыша: ею нельзя пораниться и ее нельзя проглотить — это самое главное. В русле «функции» и пойдет поиск решения.

4. Методы научного познания. Общие методы научного познания обычно делят на три большие группы:

Методы эмпирического исследования: *наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент;*

Наблюдение - это целенаправленный строгий процесс восприятия предметов действительности, которые не должны быть изменены. Наблюдение как метод познания действительности применяется либо там, где невозможен или очень затруднен эксперимент (в астрономии, вулканологии, гидрологии), либо там, где стоит задача изучить именно естественное функционирование или поведение объекта (в этологии, социальной психологии и т.п.). Наблюдение как метод предполагает наличие программы исследования, формирующейся на базе прошлых убеждений, установленных фактов, принятых концепций. Частными случаями метода наблюдения являются **измерение и сравнение**.

Эксперимент - метод познания, при помощи которого явления действительности исследуются в контролируемых и управляемых условиях. Он отличается от наблюдения вмешательством в исследуемый объект. Проводя эксперимент, исследователь сознательно вмешивается в естественный ход их протекания путем непосредственного воздействия на изучаемый процесс или изменения условий, в которых проходит этот процесс. Для того, чтобы проследить ход процесса в чистом виде, в эксперименте отделяют существенные факторы от несущественных и тем самым значительно упрощают ситуацию. В итоге такое упрощение способствует более глубокому пониманию явлений и создает возможность контролировать немногие существенные для данного процесса факторы и величины.

Методы, используемые как на эмпирическом, так и на теоретическом уровне исследования: абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция, моделирование, сравнительный метод; и др.;

Анализ – расчленение целостного предмета на составляющие части (стороны, признаки, свойства или отношения). Расчленение имеет целью переход от изучения целого к изучению его частей и осуществляется путем абстрагирования от связи частей друг с другом. Анализ - органичная составная часть всякого научного исследования, являющаяся обычно его первой стадией, когда исследователь переходит от нерасчлененного описания изучаемого объекта к выявлению его строения, состава, а также его свойств и признаков. Так может использоваться: сравнительно-правовой анализ (например, сравниваются правовые системы России и Франции), статистический анализ (динамика рассматриваемого явления за определенный период) и т.д.

Синтез – процедура соединения различных элементов предмета в единое целое, систему, без чего невозможно действительно научное познание этого предмета. Синтез выступает не как метод конструирования целого, а как метод представления целого в форме единства знаний, полученных с помощью анализа. В синтезе происходит не просто объединение, а обобщение аналитически выделенных и изученных особенностей объекта. Положения, получаемые в результате синтеза, включаются в теорию объекта, которая, обогащаясь и уточняясь, определяет пути нового научного поиска.

Аналогия - основывается на сходстве предметов по ряду каких-либо признаков, что позволяет получить вполне достоверные знания об изучаемом предмете.

Чрезвычайно важно четко выявить условия, при которых этот метод работает наиболее эффективно. Однако в тех случаях, когда можно разработать систему четко сформулированных правил переноса знаний с модели на прототип, результаты и выводы по методу аналогии приобретают доказательную силу.

Дедукция – вид умозаключения от общего к частному, когда из массы частных случаев делается обобщенный вывод о всей совокупности таких случаев. Умозаключение по дедукции строится по следующей схеме: все предметы класса А обладают свойством В, предмет а относится к классу А, значит, а обладает свойством В. В целом дедукция как метод познания исходит из уже познанных законов и принципов. Поэтому метод дедукции не позволяет получить содержательно нового знания. Дедукция представляет собой лишь способ логического развертывания системы положений на базе исходного знания, способ выявления конкретного содержания общепринятых посылок.

Индукция - формулирование логического умозаключения путем обобщения данных наблюдения и эксперимента. Непосредственной основой индуктивного умозаключения является повторяемость признаков в ряду предметов определенного класса. Заключение по индукции представляет собой вывод об общих свойствах всех предметов, относящихся к данному классу, на основании наблюдения достаточно широкого множества единичных фактов. Обычно индуктивные обобщения рассматриваются как опытные истины или эмпирические законы.

Различают **полную и неполную индукцию**. Полная индукция строит общий вывод на основании изучения всех предметов или явлений данного класса. В результате полной индукции полученное умозаключение имеет характер достоверного вывода. Суть неполной индукции состоит в том, что она строит общий вывод на основании наблюдения ограниченного числа фактов, если среди последних не встретились такие, которые противоречат индуктивному умозаключению. Поэтому естественно, что добытая таким путем истина неполна, здесь мы получаем вероятностное знание, требующее дополнительного подтверждения.

Классификация – разделение всех изучаемых предметов на отдельные группы в соответствии с каким-либо важным для исследователя признаком (особое значение имеет в описательных науках: геологии, географии, некоторых разделах биологии).

Моделирование – изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели), замещающей оригинал с определенных сторон, интересующих познание. Модель всегда соответствует объекту-оригиналу в тех свойствах, которые подлежат изучению, но в то же время отличаются от него по ряду других признаков, что делает модель удобной для исследования изучаемого

объекта. В качестве модели могут быть использованы объекты как естественного, так и искусственного происхождения. При моделировании очень важно наличие соответствующей теории или гипотезы, которые строго указывают пределы и границы допустимых упрощений. Современной науке известно несколько типов моделирования:

1) предметное моделирование, при котором исследование ведется на модели, воспроизводящей определенные геометрические, физические, динамические или функциональные характеристики объекта-оригинала;

2) знаковое моделирование, при котором в качестве моделей выступают схемы, чертежи, формулы. Важнейшим видом такого моделирования является математическое моделирование, производимое средствами математики и логики;

3) мысленное моделирование, при котором вместо знаковых моделей используются мысленно-наглядные представления этих знаков и операций с ними;

4) в последнее время широкое распространение получил модельный эксперимент с использованием компьютеров, которые являются одновременно и средством, и объектом экспериментального исследования, заменяющими оригинал. В таком случае в качестве модели выступает алгоритм (программа) функционирования объекта.

Обобщение – прием мышления, в результате которого устанавливаются общие свойства и признаки объектов.

Описание – фиксация средствами естественного или искусственного языка сведений об объектах.

Прогнозирование – специальное научное исследование конкретных перспектив развития какого-либо явления.

Экстраполяция – метод научного исследования, заключающийся в распространении выводов, полученных из наблюдения над одной частью явления, на другую его часть.

Методы теоретического исследования: *восхождение от абстрактного к конкретному, единства логического и исторического, абстракция и конкретизация и др.*

Абстрагирование - процесс мысленного отвлечения от ряда свойств предметов или признаков предмета от самого предмета, от других его свойств. Абстракция может быть в форме чувственно-наглядного образа (модель межличностных взаимоотношений в группе), в форме суждения («У этого человека темперамент меланхолический»), в форме понятия (когда абстрагирована совокупность признаков, свойств, сторон и связей предмета или класса предметов: «мотив», «одарённость», «проблема»), в форме категории (наиболее широкого понятия определённой науки: «воспитание», «обучение», «развитие»).

Гипотетико-дедуктивный метод – способ научного исследования, при котором вначале высказывается несколько гипотез о причинах изучаемых явлений, а затем дедуктивным путём выводятся из гипотез следствия. Если полученные результаты соответствуют всем фактам, которых касается гипотеза, то последняя признаётся достоверным знанием.

Конкретизация – логическая форма, являющаяся противоположностью абстракции. Конкретизацией называется мыслительный процесс воссоздания предмета из вычлененных ранее абстракций. Способом теоретического воспроизведения в сознании целостного объекта является восхождение от абстрактного к конкретному, которое является всеобщей формой развертывания научного знания, систематического отражения объекта в понятиях.

Метод исторических реконструкций - деятельность, направленная на восстановление различных аспектов исторических событий, объектов и т. д.

Активные методы обучения:

Неимитационные	Имитационные	Имитационные
	Неигровые	Игровые
Проблемное обучение. Лабораторная работа. Практическое занятие. Эвристическая лекция, семинар. Тематическая дискуссия. Курсовая работа. Программированное обучение. Дипломное проектирование. Научно-практическая конференция.	Анализ конкретных ситуаций. Имитационное упражнение. Действия по инструкции. Разбор документации.	Деловая игра. Разыгрывание ролей. Игровое проектирование. Стажировка с выполнением ролей.

Занятие на производстве.		
Стажировка без выполнения ролей.		

Деловая игра — имитационный игровой коллективный метод активного обучения. В деловых играх решения вырабатываются коллективно, коллективное мнение формируется и при защите решений собственной группы, и при критике решений других групп. Деловая игра является сложно устроенным методом обучения, поскольку может включать в себя целый комплекс методов активного обучения, например: дискуссию, мозговой штурм, анализ конкретных ситуаций, действия по инструкции, разбор почты и т.п.