

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Модуль 1. Правовые и этические основы профессиональной деятельности педагога, преподавателя дисциплин по профилю «Коммерческая реклама» в высшей школе

Дополнительная профессиональная программа

Программа повышения квалификации

Наименование программы

«Совершенствование методики преподавания дисциплин по профилю
«Коммерческая реклама» в высшей школе»

Выдаваемый документ

Удостоверение о повышении квалификации

Общая трудоемкость

144 академических часа

Форма обучения

Заочная с применением дистанционных технологий

1. Цель освоения модуля

Сформировать у слушателей систему знаний и ценностных установок в области профессиональной этики педагогических работников, а также готовность руководствоваться положениями Модельного кодекса профессиональной этики в практической деятельности при преподавании дисциплин по профилю «Коммерческая реклама» в высшей школе.

2. Планируемые результаты обучения по модулю

Обучающийся должен знать:

- основные категории этики (мораль, нравственность, этика, этикет, профессиональная этика);
- содержание и структуру Модельного кодекса профессиональной этики педагогических работников;
- этические правила поведения при выполнении трудовых обязанностей;
- особенности этического взаимодействия в академической среде;
- процедуры принятия и применения Кодекса профессиональной этики в образовательной организации.

Обучающийся должен уметь:

- различать моральные и правовые регуляторы профессионального поведения;
- анализировать конкретные ситуации педагогической деятельности с позиций этических норм;
- применять положения Кодекса профессиональной этики для решения практических задач взаимодействия с участниками образовательных отношений.

Обучающийся должен владеть:

- навыками этической рефлексии и самоконтроля;
- приемами предотвращения и разрешения этически неоднозначных ситуаций в образовательной среде.

3. Объем модуля и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	В том числе с применением ДОТ
Лекции	6	6
Практические занятия	—	—
Самостоятельная работа	12	12
ИТОГО	18	18

4. Содержание модуля

№ темы	Наименование темы	Содержание	Лекции (ч.)	Практ. занятия (ч.)	Сам. раб. (ч.)
1.1	Этические обязанности профессора: типология и содержание	Понятие и сущность этических обязанностей педагога высшей школы. Типология обязанностей: перед обучающимися, коллегами, наукой, обществом. Изучение Модельного кодекса профессиональной этики педагогических работников (раздел I «Общие положения»): цели, задачи, сфера действия.	1	–	2
1.2	Этика современного профессора: ценностные ориентиры	Ценностные основания профессиональной этики преподавателя. Современные нравственные ориентиры: гуманизм, справедливость, ответственность. Изучение Модельного кодекса (раздел II «Этические правила поведения педагогических работников при выполнении ими трудовых обязанностей»): соблюдение правовых, нравственных и этических норм, уважение чести и достоинства обучающихся.	1	–	2
1.3	Профессор как моральный характер: история и современность	Историческая эволюция образа профессора как носителя морали. Моральный авторитет в условиях смены образовательных парадигм. Современные вызовы моральному облику педагога. Изучение Рекомендаций по организации мероприятий, направленных на разработку, принятие и применение Кодекса профессиональной этики педагогическим сообществом.	1	–	2
1.4	Самосознание ученого: перспектива	Мировоззрение и самосознание в структуре личности педагога-	1	–	2

	мировоззренческой революции	исследователя. Факторы мировоззренческих сдвигов в науке и образовании. Рефлексия как инструмент профессионального развития. Применение Кодекса как средства повышения эффективности выполнения трудовых обязанностей.			
1.5	Этическое измерение академического гражданства	Понятие академического гражданства. Права и обязанности члена академического сообщества. Этика взаимодействия в университетской среде. Изучение раздела III Кодекса «Ответственность за нарушение положений Кодекса»: рассмотрение нарушений на коллегиальных органах и комиссиях по урегулированию споров.	1	–	2
1.6	«Этика профессора» между академическим служением и локальной гражданственностью	Дуализм служения науке и обществу. Локальная гражданственность и ее проявления в университете. Баланс между универсальными академическими ценностями и корпоративными нормами. Обсуждение Кодекса на круглых столах, семинарах, педагогических советах как процедура его принятия.	1	–	2
Итого			6	–	12

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

Текущий контроль осуществляется в ходе выполнения заданий для самостоятельной работы и на лекционных занятиях.

Примерные вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение морали. В чем ее отличие от нравственности?
2. Что изучает этика как наука?
3. Сформулируйте определение педагогической этики.
4. Каковы основные этические обязанности педагогического работника перед обучающимися?

5. Назовите основные разделы Модельного кодекса профессиональной этики педагогических работников.
6. Какими принципами должен руководствоваться педагог при взаимодействии с лицами с ОВЗ?
7. В чем заключается принцип гуманизма в профессиональной деятельности педагога?
8. Какова процедура принятия и применения Кодекса профессиональной этики в образовательной организации?
9. Какие последствия может повлечь нарушение педагогическим работником положений Кодекса?
10. Каким требованиям должен соответствовать внешний вид педагогического работника?

Примерное кейс-задание для самостоятельной работы:

Проанализируйте предложенную педагогическую ситуацию с точки зрения соблюдения/нарушения положений Модельного кодекса профессиональной этики педагогических работников. Определите, какие этические нормы были нарушены (или, напротив, соблюдены). Предложите конструктивный вариант поведения педагога в данной ситуации.

Примерные вопросы для промежуточной аттестации:

Вопрос 1. Мораль – это

- a. наука о сущности, законах возникновения и исторического развития нравственности
- b. форма общественного сознания, отраженная в совокупности нравственных норм и принципов
- c. набор правил поведения в определенном социуме

Вопрос 2. Этика – это

- a. абстрагированные, обобщенные представления о поведении в деловой сфере
- b. система этических ценностей, которые признаются человеком
- c. наука о сущности, законах возникновения и исторического развития нравственности

Вопрос 3. Принципы – это

- a. абстрагированные, обобщенные представления, дающие возможность правильно формировать поведение
- b. система этических ценностей
- c. набор правил поведения в определенном социуме

Вопрос 4. Этикет – это

- a. абстрагированные, обобщенные представления
- b. набор правил поведения в определенном социуме
- c. процесс, который следует использовать в целях повышения эффективности обучения

Вопрос 5. Профессиональная этика – это

- a. система этических ценностей, признаваемых человеком
- b. совокупность определенных обязанностей и норм поведения, поддерживающих моральный престиж профессиональных групп
- c. набор правил поведения в определенном социуме

Вопрос 6. Нравственная культура педагога – это

- a. система этических ценностей
- b. сложная интегральная система личностных и профессиональных качеств, проявляющихся в ситуациях нравственного выбора
- c. обобщенные представления о деловом поведении

Вопрос 7. Педагогическая этика – это

- a. набор правил поведения
- b. наука о закономерностях развития и самореализации нравственной культуры педагога
- c. совокупность обязанностей и норм поведения

Вопрос 8. Нравственность – это

- a. обобщенные представления о деловом поведении
- b. система этических ценностей, признаваемых человеком
- c. понятия, убеждения, намерения и поступки

Вопрос 9. Совесть – это

- a. набор правил поведения
- b. особая духовная способность человека критически оценивать свои поступки
- c. совокупность обязанностей и норм поведения

Вопрос 10. Принцип гуманизма – это

- a. система этических ценностей
- b. набор правил поведения
- c. признание ценности, неповторимости каждой человеческой личности

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Литература

1. Педагогика: учебник / под ред. П.И. Пидкасистого. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Академия, 2014. – 624 с.
2. Сластенин В.А., Исаев И.Ф., Шиянов Е.Н. Педагогика: учеб. пособие. – 11-е изд., стер. – М.: Академия, 2012. – 576 с.
3. Губин В.Д., Некрасова Е.Н. Основы этики: учебник. – М.: Форум, 2014. – 224 с.
4. Лаврентьева Н.Б., Нечаева А.В. Педагогическая этика: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГТУ, 2010. – 156 с.

Нормативно-правовое и нормативно-техническое обеспечение

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп.).
2. Модельный кодекс профессиональной этики педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность (письмо Минобрнауки России от 06.02.2014 № 09-148).

3. Рекомендации по организации мероприятий, направленных на разработку, принятие и применение Кодекса профессиональной этики педагогическим сообществом (письмо Минобрнауки России от 06.02.2014 № 09-148).

7. Материально-техническое обеспечение

Реализация модуля осуществляется с использованием образовательной платформы, обеспечивающей размещение лекционных материалов, организацию обсуждений (форумов), компьютерное тестирование. Обучающимся необходим персональный компьютер с доступом к сети «Интернет».

Автономная Некоммерческая Организация
Дополнительного Профессионального Образования
Московская международная академия непрерывного образования
и социальных исследований «Цивилизационное обновление»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ
Модуль 2. Современные образовательные технологии
профессионального образования преподавания дисциплин по
профилю «Коммерческая реклама» в высшей школе

Дополнительная профессиональная программа

Программа повышения квалификации

Наименование программы

«Совершенствование методики преподавания дисциплин по профилю
«Коммерческая реклама» в высшей школе»

Выдаваемый документ

Удостоверение о повышении квалификации

Общая трудоемкость

144 академических часа

Форма обучения

Заочная с применением дистанционных технологий

1. Цель освоения модуля

Сформировать у слушателей систему знаний и практических умений в области современных образовательных технологий, применяемых в высшей школе, с учетом компетентностного и деятельностного подходов, а также особенностей преподавания дисциплин по профилю «Коммерческая реклама».

2. Планируемые результаты обучения по модулю

Обучающийся должен знать:

- сущность и классификацию современных образовательных технологий (объяснительно-иллюстрированные, личностно-ориентированные, развивающие, информационно-коммуникативные, критического мышления);
- особенности технологического подхода в профессиональном образовании в высшей школе;
- понятие и методы педагогической квалиметрии компетенций;
- формы и виды организации самостоятельной работы студентов;
- принципы здоровьесбережения в образовательном процессе.

Обучающийся должен уметь:

- выбирать образовательные технологии, адекватные целям, содержанию и контингенту обучающихся;
- проектировать учебные занятия с применением современных технологий, в том числе при преподавании переводческих дисциплин;
- оценивать качество образовательных результатов на основе квалиметрического подхода.

Обучающийся должен владеть:

- навыками интеграции различных образовательных технологий в учебный процесс;
- методикой разработки оценочных средств для измерения компетенций;
- приемами организации здоровьесберегающей образовательной среды

3. Объем модуля и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	В том числе с применением ДОТ
Лекции	16	16
Практические занятия	2	2
Самостоятельная работа	16	16
ИТОГО	34	34

4. Содержание модуля

№ темы	Наименование темы	Содержание	Лекции (ч.)	Практ. занятия (ч.)	Сам. раб. (ч.)
2.1	Современная образовательная парадигма: компетентностный и деятельностный подходы	Характеристика компетентностного подхода. Сущность деятельностного подхода. Интеграция подходов в высшей школе.	2	—	2
2.2	Технологический подход в профессиональном образовании в высшей школе	Понятие педагогической технологии. Классификация технологий. Критерии выбора образовательных технологий.	2	—	2
2.3	Педагогическая квалиметрия компетенций	Основы педагогической квалиметрии. Методы измерения и оценки компетенций. Оценочные средства в компетентностной модели.	2	—	2
2.4	Организация самостоятельной работы	Роль и место самостоятельной работы в профессиональном обучении. Формы и виды самостоятельной работы студентов. Методическое обеспечение и контроль.	2	—	2
2.5	Развитие креативности	Понятие креативности в образовании. Методы и технологии развития творческого мышления. Проектирование креативной образовательной среды.	2	—	2
2.6	Формирование коммуникативной культуры	Структура коммуникативной культуры педагога и студента. Коммуникативные технологии в обучении. Оценка уровня сформированности коммуникативных компетенций.	2	—	2
2.7	Здоровьесбережение в образовательном процессе	Здоровьесберегающие технологии: понятие и классификация. Факторы риска и условия сохранения здоровья. Организация здоровьесберегающего пространства в вузе.	2	2	2
2.8	Педагогическая квалиметрия	Качество педагогической деятельности. Инструменты	2	—	2

	сопровождения деятельности преподавателя	мониторинга и оценки работы преподавателя. Квалиметрические модели в управлении качеством.			
Итого			16	2	16

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

Формы текущего контроля: выполнение практического задания, выполнение заданий для самостоятельной работы.

Примерные вопросы для самопроверки:

1. Раскройте сущность компетентностного и деятельностного подходов в высшем образовании.
2. Дайте определение педагогической технологии и приведите классификацию.
3. Что понимается под педагогической квалиметрией? Какие методы оценки компетенций вы знаете?
4. Опишите формы и виды самостоятельной работы студентов в вузе.
5. Какие методы развития креативности наиболее эффективны в профессиональном обучении?
6. Что включает в себя коммуникативная культура педагога?
7. Какие здоровьесберегающие технологии применяются в образовательном процессе?
8. Какими инструментами можно оценить качество педагогической деятельности преподавателя?

Примерный тест для промежуточной аттестации (зачет):

Вопрос 1. Технология – это

- а. последовательная коррекция достигнутых результатов
- б. экспертиза результатов
- с. искусство, мастерство, умение в совокупности с методами обработки, изготовления, изменения состояния, свойств, формы, проявляющихся и применяемых в производстве той или иной продукции

Вопрос 2. Инновационная деятельность – это

- а. решения проблемных ситуаций, взятых из реальной жизни
- б. предмет особенной деятельности человека, которая не удовлетворяется традиционными условиями, методами, способами, и желает не только новизны содержания, а качественно новых результатов
- с. экспертиза результатов

Вопрос 3. Технологии объяснительно-иллюстрированного обучения – это

- а. группа средств комплексной визуализации материала, использование которых позволяет обеспечить высокий уровень усвоения данных за счет их классификации
- б. последовательная коррекция достигнутых результатов

с. решения проблемных ситуаций, взятых из реальной жизни

Вопрос 4. Технологии объяснительно-иллюстрированного обучения реализуются через

а. экспертизу результатов

б. презентации, дидактические видеофильмы, учебные видеоролики, справочные интернет-ресурсы, кейс-технологии

с. метода проектов, проблемного обучения, изучения материала в тесном групповом сотрудничестве

Вопрос 5. Технологии личностно-ориентированного обучения – это

а. решения проблемных ситуаций, взятых из реальной жизни

б. методы педагогического воздействия, основанные на раскрытии программного материала через призму личностного опыта, повышения ценности изучаемого содержания в восприятии учащихся

с. экспертиза результатов

Вопрос 6. Технологии личностно-ориентированного обучения реализуются

а. последовательной коррекцией достигнутых результатов

б. в ходе применения игровых технологий, метода проектов, проблемного обучения, изучения материала в тесном групповом сотрудничестве

с. группой средств комплексной визуализации материала, использование которых позволяет обеспечить высокий уровень усвоения данных за счет их классификации

Вопрос 7. Технологии развивающего обучения – это

а. решения проблемных ситуаций, взятых из реальной жизни

б. экспертиза результатов

с. комплекс образовательных методик, способствующих широкому охвату учебных проблем с последующей рефлексией (технологии критического мышления и проектной деятельности, методика ментальной карты)

Вопрос 8. Информационно-коммуникативные технологии – это

а. обеспечение свободного доступа учащихся к источникам информации (содержание которых не противоречит правовым и общественным нормам), формирование информационной поддержки образовательной среды

б. последовательная коррекция достигнутых результатов

с. экспертиза результатов

Вопрос 9. Технология формирования критического мышления – это

а. группа средств комплексной визуализации материала, использование которых позволяет обеспечить высокий уровень усвоения данных за счет их классификации

б. проектирование образовательных условий, в которых обучающимся приходится работать с различными источниками информации, творчески переосмысливать прочитанное и осуществлять критическое оценивание

с. решения проблемных ситуаций, взятых из реальной жизни

Вопрос 10. Технология формирования критического мышления основана на применении следующих педагогических методов и приемов:

а. мозгового штурма, собирания «Корзины идей», составления эссе, интеллектуальных разминок, реализации ролевых проектов, содержательного группового чтения с остановками, построению причинно-следственных связей и логических цепочек

б. последовательная коррекция достигнутых результатов

с. подготовку к занятиям, изготовление наглядного и дидактического материала; обеспечило возможность наглядно продемонстрировать отдельные процессы или моделировать учебные ситуации с эффектом «полного погружения» (за счет комплексного использования визуальной составляющей и звука)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Литература

1. Педагогические технологии: учеб. пособие / под общ. ред. В.С. Кукушина. – М.: МарТ, 2004. – 336 с.
2. Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Академия, 2017. – 192 с.
3. Современные образовательные технологии: учеб. пособие / под ред. Н.В. Бордовской. – М.: КНОРУС, 2016. – 432 с.
4. Панфилова А.П. Инновационные педагогические технологии: Активное обучение: учеб. пособие. – 3-е изд., испр. – М.: Академия, 2012. – 192 с.
5. Селевко Г.К. Энциклопедия образовательных технологий: в 2 т. – М.: НИИ школьных технологий, 2006. – Т.1 – 816 с., Т.2 – 816 с.

7. Материально-техническое обеспечение

Реализация модуля осуществляется с использованием образовательной платформы, обеспечивающей размещение лекционных материалов, проведение вебинаров, организацию практических занятий в интерактивных форматах, компьютерное тестирование. Обучающимся необходим персональный компьютер с доступом к сети «Интернет».

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ
Модуль 3. Психолого-педагогические технологии в
профессиональной деятельности преподавателя дисциплин по
профилю «Коммерческая реклама» в высшей школе

Дополнительная профессиональная программа

Программа повышения квалификации

Наименование программы

«Совершенствование методики преподавания дисциплин по профилю
«Коммерческая реклама» в высшей школе»

Выдаваемый документ

Удостоверение о повышении квалификации

Общая трудоемкость

144 академических часа

Форма обучения

Заочная с применением дистанционных технологий

1. Цель освоения модуля

Сформировать у слушателей системные знания о психических явлениях, процессах, состояниях и свойствах личности, а также о методах психолого-педагогического исследования, необходимых для понимания индивидуальных особенностей обучающихся и применения психолого-педагогических технологий в профессиональной деятельности преподавателя дисциплин по профилю «Коммерческая реклама».

2. Планируемые результаты обучения по модулю

Обучающийся должен знать:

- определение психологии как науки, ее объект, предмет и основные категории (психические процессы, состояния, свойства, образования);
- основные методы психолого-педагогического исследования (наблюдение, эксперимент, беседа, интервьюирование);
- характеристики состояний сознания;
- механизмы психологической защиты (вытеснение, регрессия, проекция и др.);
- особенности ощущения и восприятия как первичных познавательных процессов;
- основные положения неклассической психологии Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева, значимые для образовательной практики.

Обучающийся должен уметь:

- различать психические явления по их видам и формам проявления;
- адекватно выбирать методы психолого-педагогического исследования в зависимости от задач;
- учитывать индивидуально-психологические особенности студентов при организации обучения и взаимодействия.

Обучающийся должен владеть:

- навыками анализа психических состояний и свойств личности обучающихся;
- приемами применения психологических знаний в педагогической деятельности;
- основами психологической интерпретации наблюдаемых проявлений.

3. Объем модуля и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	В том числе с применением ДОТ
Лекции	10	10
Практические занятия	—	—
Самостоятельная работа	26	26
ИТОГО	36	36

4. Содержание модуля

№ темы	Наименование темы	Содержание	Лекции (ч.)	Практ. занятия (ч.)	Сам. раб. (ч.)
3.1	Объект и предмет психологии: предварительные определения	Психология как наука о психике. Предмет и объект психологии. Значение базовых категорий для педагога.	1	—	2
3.2	Психология как наука	Место психологии в системе наук. Отрасли психологии, значимые для профессионального образования. Методы психологии: наблюдение, эксперимент, беседа, интервьюирование, тестирование.	1	—	2
3.3	Развитие представлений о предмете психологии	Историческая смена взглядов на предмет психологии: от античности до современной когнитивной психологии. Этапы развития научной психологии. Влияние научных школ на педагогическую практику.	1	—	2
3.4	Проблемы, понятия и направления современной зарубежной психологии	Основные направления: бихевиоризм, психоанализ, гуманистическая психология. Современные тенденции: позитивная психология, нейронауки. Прикладное значение для образования.	1	—	2
3.5	Основные положения неклассической психологии Л.С. Выготского и А.Н. Леонтьева	Культурно-историческая концепция Выготского: зона ближайшего развития, соотношение обучения и развития. Теория деятельности Леонтьева: структура деятельности, мотивы, действия, операции. Значение идей для обучения.	2	—	4
3.6	Возникновение и развитие психики в филогенезе	Понятие филогенеза. Стадии развития психики: элементарная сенсорная психика, перцептивная психика, интеллект, сознание. Условия и закономерности перехода к высшим психическим функциям.	1	—	2
3.7	Возникновение, развитие и структура сознания, его место в психической деятельности человека	Сознание как высшая форма психики. Структура сознания: компоненты и свойства (обыденное, рациональное, психологическое). Соотношение сознания и бессознательного.	1,5	—	4
3.8	Введение в психологию человека как субъекта деятельности и субъекта познания	Понятие субъекта деятельности. Познавательные процессы: ощущение, восприятие, мышление, память, внимание. Ощущение и восприятие как первичная основа познавательной деятельности.	1,5	—	8
Итого			10	—	26

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля

Формы текущего контроля: выполнение заданий для самостоятельной работы, выполнение теста для самопроверки.

Примерные вопросы для самопроверки:

1. Что является предметом психологии как науки?
2. Какие категории психических явлений выделяют в психологии? Приведите примеры.
3. Дайте характеристику психическим состояниям. Чем они отличаются от психических процессов?
4. Назовите основные методы психолого-педагогического исследования.
5. В чем сущность культурно-исторической концепции Л.С. Выготского?
6. Какие механизмы психологической защиты вы знаете? Приведите примеры проявления в поведении.
7. Опишите понятие ощущения и его роль в познавательной деятельности человека.
8. Что такое восприятие? Каковы его основные свойства?
9. Какие стадии прошла психика в филогенезе?
10. Какие идеи Л.С. Выготского особенно важны для педагогической практики?

Примерный тест для самопроверки:

Вопрос 1. Психология – это:

- a. Одно из фундаментальных научных понятий, отражающее сложные и многообразные проявления внутреннего объективного мира
- b. Наука о внутреннем мире человека, о взаимодействии человека с окружающим внешним миром в результате активного отражения этого мира
- c. Наука о развитии и функционировании психики человека как особой формы жизнедеятельности

Вопрос 2. Психические явления человека – это:

- a. Психические состояния (эмоциональный подъем, усталость и т.п.)
- b. Все ответы верны
- c. Психические свойства (темперамент, характер, способности)
- d. Психические процессы (чувства, познавательные процессы, воля)

Вопрос 3. Психические состояния:

- a. Более продолжительные по сравнению с другими психическими явлениями процессы (могут продолжаться в течение нескольких часов, дней или даже недель), более сложные по структуре и образованию
- b. Элементарные психические явления, длящиеся от доли секунды до десятков минут и порождающие те или иные продукты или результаты

с. Это то, что присуще человеку на протяжении всей жизни или на достаточно большом промежутке времени (темперамент, характер, способности, стойкие особенности психических процессов у индивида)

Вопрос 4. Психические образования – это:

- a. Система понятий, объясняющих закономерности и свойства человеческой личности
- b. То, что становится результатом работы психики человека, его развития и саморазвития
- с. Психические процессы, состояния и свойства, а также поведение человека

Вопрос 5. Укажите ненужное из перечисленных методов психолого-педагогического исследования:

- a. Эксперимент
- b. Интервьюирование
- с. Наблюдение
- d. Беседа

Вопрос 6. Укажите ненужное из перечисленных состояний сознания:

- a. Обыденное
- b. Рациональное
- с. Наивное
- d. Психологическое

Вопрос 7. Вытеснение – это:

- a. Процесс устранения, игнорирования травмирующих восприятий внешней реальности (иначе «позиция страуса»)
- b. Неосознаваемый механизм, с помощью которого импульсы и чувства, неприемлемые для личности, приписываются внешнему объекту и проникают в сознание как измененное восприятие внешнего мира
- с. Механизм, при котором человек видит в себе другого, переносит на себя мотивы и качества, присущие другому лицу
- d. Такой механизм, в результате действий которого неприемлемые для человека мысли, воспоминания или переживания как бы «изгоняются из сознания и переводятся в сферу бессознательного, но при этом продолжают оказывать влияние на поведение личности, проявляясь в виде тревоги, страха и т.п.

Вопрос 8. Регрессия – это:

- a. Механизм переноса действия с недоступного объекта на доступный (например, перенос отношения к начальнику на членов семьи)
- b. Механизм, состоящий в том, что человек в своем поведении при реагировании на очень ответственные ситуации возвращается к ранним, детским типам поведения, которые на той стадии были успешными
- с. Борьба собственного «Я» с самим собой, обращение к сублимации

Вопрос 9. Ощущение – это:

- a. Информация, которая поступает в мозг и на основе которой, складывается целостный образ
- b. Отражение отдельных свойств предметов, непосредственно воздействующих на наши органы чувств
- с. Деятельность специальных нервных аппаратов, приводящих к созданию образов предметов и явлений

Вопрос 10. Восприятие – это:

- а. Наименьшая величина различий между раздражителями, когда разница между ними улавливается
- б. Функциональное состояние органов чувств, зависящее от чувствительности анализаторов соответствующего типа
- с. Целостное отражение предметов и явлений объективного мира при их непосредственном воздействии в данный момент на органы чувств

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Литература

- 1. Немов Р.С. Психология: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2014. – 639 с.
- 2. Маклаков А.Г. Общая психология: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2016. – 583 с.
- 3. Столяренко Л.Д. Основы психологии: учеб. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2014. – 671 с.
- 4. Выготский Л.С. Мышление и речь. – М.: Национальное образование, 2016. – 368 с.
- 5. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Смысл, 2005. – 352 с.

Нормативно-правовое и нормативно-техническое обеспечение

- 1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп.).

7. Материально-техническое обеспечение

Реализация модуля осуществляется с использованием образовательной платформы, обеспечивающей размещение лекционных материалов, организацию самостоятельной работы слушателей, компьютерное тестирование. Обучающимся необходим персональный компьютер с доступом к сети «Интернет».

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ
Модуль 4. Современные методы организации
и проведения практических занятий в дисциплинах по профилю
«Коммерческая реклама» в высшей школе

Дополнительная профессиональная программа

Программа повышения квалификации

Наименование программы

«Совершенствование методики преподавания дисциплин по профилю
«Коммерческая реклама» в высшей школе»

Выдаваемый документ

Удостоверение о повышении квалификации

Общая трудоемкость

144 академических часа

Форма обучения

Заочная с применением дистанционных технологий

1. Цель освоения модуля

Сформировать у слушателей систему знаний и практических умений в области современных методов организации и проведения практических занятий по дисциплинам профиля «Коммерческая реклама», включая рекламную коммуникацию, историю рекламного дела, правовое регулирование рекламной деятельности, процесс и участников рекламной коммуникации, особенности рекламного менеджмента, маркетинговый анализ, планирование рекламной кампании, медиапланирование, а также аудиовизуальную, радио-, телевизионную и печатную рекламу.

2. Планируемые результаты обучения по модулю

Обучающийся должен знать:

- понятие рекламы, ее цели, задачи и функции;
- историю развития рекламного дела в России и за рубежом;
- основные нормативные правовые акты, регулирующие рекламную деятельность (ФЗ «О рекламе», Международный кодекс рекламной практики);
- структуру рекламного рынка и участников рекламного процесса;
- классификацию средств распространения рекламы и особенности управления рекламной деятельностью;
- методы маркетингового анализа при разработке рекламных кампаний;
- этапы планирования и медиапланирования рекламной кампании;
- особенности аудиовизуальной, радио-, телевизионной и печатной рекламы.

Обучающийся должен уметь:

- анализировать рекламные коммуникации и выявлять их эффективность;
- применять правовые нормы при разработке и оценке рекламных материалов;
- разрабатывать элементы рекламной кампании (цели, стратегию, бюджет, медиаплан);
- использовать методы маркетингового анализа для оценки целевой аудитории и конкурентной среды;
- создавать макеты печатной рекламы и сценарии аудиовизуальных роликов;
- проводить практические занятия со студентами с использованием интерактивных методов (кейсы, проекты, деловые игры).

Обучающийся должен владеть:

- навыками анализа рекламных сообщений и оценки их соответствия требованиям законодательства;
- методикой планирования рекламных кампаний и медиапланирования;
- приемами разработки и презентации рекламных продуктов;
- способами организации проектной и исследовательской деятельности студентов по рекламной тематике.

3. Объем модуля и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	В том числе с применением ДОТ
Лекции	26	26
Практические занятия	16	16
Самостоятельная работа	20	20
ИТОГО	62	62

4. Содержание модуля

№ темы	Наименование темы	Содержание	Лекции (ч.)	Практ. занятия (ч.)	Сам. раб. (ч.)
4.1	Рекламная коммуникация	Понятие рекламы, ее цели и задачи. Функции рекламы. Рекламная коммуникация как процесс кодирования и декодирования сообщения. Участники рекламного процесса. Обратная связь в рекламной коммуникации. Роль рекламы в формировании общественных стереотипов. Примеры рекламных коммуникаций.	—	—	2
4.2	История рекламного дела и его значение в современных рыночных условиях	Зарождение рекламы в античном мире и средневековье (глашатаи, вывески, афиши). Изобретение книгопечатания И. Гутенбергом и развитие печатной рекламы. История рекламы в Новое время в Европе и США. Развитие рекламы в России (зазывалы, коробейники, петровские «Ведомости»). Советский период и государственная монополия на рекламу. Возрождение рекламы в постсоветский период. История контекстной и социальной рекламы.	2	—	2
4.3	Правовое регулирование рекламной деятельности. Этические аспекты рекламы	Федеральный закон «О рекламе»: структура, общие требования к рекламе (ст. 5), требования к отдельным видам товаров. Ответственность участников рекламного процесса. Международный кодекс рекламной практики	2	2	2

		(Кодекс МТП). Российский рекламный кодекс. Этические проблемы в рекламе (недостоверная, недобросовестная реклама, скрытая реклама, использование детей и др.).			
4.4	Процесс и участники рекламной коммуникации	Объект рекламирования, потребители рекламы, рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель. Рекламное агентство: типы (полного цикла, креативные, медийные), структура (отделы по работе с клиентами, стратегического планирования, творческий, производственный, медиапланирования, медиабаинга). Спонсор и спонсорская реклама. Роль государства в рекламной индустрии.	2	2	2
4.5	Особенности рекламного менеджмента при использовании конкретных средств распространения рекламы	Классификация средств распространения рекламы: печатные (листовки, буклеты, каталоги), наружные, в прессе, на радио, телевидении, в Интернете, директ-мейл, сувенирная продукция. Рекламный менеджмент как управление рекламной деятельностью. Выбор средств распространения в зависимости от товара, целевой аудитории и бюджета. Особенности продвижения разных категорий товаров (FMCG, товары длительного пользования, услуги).	2	2	2
4.6	Маркетинговый анализ при разработке рекламной кампании	Исследования в рекламе: цели, виды (качественные, количественные), методы (фокус-группы, опросы, эксперименты). Исследование товара, потребителей, рынка, конкурентов. Пред- и посттесты рекламных материалов. Отслеживающие исследования. Методы оценки эффективности рекламы:	2	2	2

		экономическая, психологическая, коммуникативная. Роль исследований в управлении рисками.			
4.7	Планирование рекламной кампании	Понятие рекламной кампании, ее цели (внедрение на рынок, стимулирование сбыта, создание имиджа, увеличение узнаваемости). Этапы планирования: анализ маркетинговой ситуации, определение целей, выбор целевой аудитории, составление сметы, выбор средств распространения, создание рекламного сообщения, оценка результатов. Факторы, влияющие на продолжительность кампании.	4	2	2
4.8	Медиапланирование	Медиапланирование как часть рекламной кампании. Описание целевой аудитории (портрет потребителя). Основные параметры медиапланирования. Маркетинговый бриф как исходный документ. Принципы успешной рекламной кампании. Медиамиксы для различных целей (запуск бренда, формирование имиджа, стимулирование сбыта, информирование). Расчет медиапоказателей.	4	2	2
4.9	Аудиовизуальная, радио и телевизионная реклама	Виды аудиовизуальной рекламы (видеоклипы, видеофильмы, телезаставки, телерепортажи, телепередачи). Радиореклама: споты, джинглы, игровые и информационные ролики. Особенности создания сценариев, требования к звуку и изображению. Тизерная реклама. Продакт-плейсмент. Семиотика и фоносемантика в рекламе. Примеры успешных и неудачных рекламных кампаний.	4	2	2

4.10	Печатная реклама и реклама в прессе	Полиграфические технологии (офсетная, цифровая печать, шелкография). Виды печатной рекламной продукции: буклеты, брошюры, листовки, каталоги, стикеры, POSM. Реклама в прессе: модульная, рубричная, объявления. Требования к дизайну: диагональ Гутенберга, сбалансированность, контраст, пропорциональность, целостность, функциональность. Этапы создания печатной рекламы. Достоинства и недостатки печатной рекламы и рекламы в прессе.	4	2	2
Итого			26	16	20

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

Формы текущего контроля: выполнение практических заданий, участие в дискуссиях, выполнение проектов.

Примерные вопросы для самопроверки:

1. Что такое реклама и каковы ее основные цели и задачи?
2. Какие этапы прошла реклама в своем историческом развитии?
3. Каковы основные требования Федерального закона «О рекламе» к рекламным сообщениям?
4. Кто является участниками рекламного процесса и каковы их функции?
5. Какие средства распространения рекламы наиболее востребованы сегодня и почему?
6. Какие методы маркетингового анализа используются при разработке рекламной кампании?
7. Каковы этапы планирования рекламной кампании?
8. Что такое медиапланирование и какие параметры оно включает?
9. В чем отличие аудиовизуальной рекламы от печатной?
10. Каковы особенности создания радио- и телерекламы?

Примерные задания для практических занятий:

1. Проанализируйте рекламную деятельность компании (по выбору) – определите цели, целевую аудиторию, инструменты продвижения, места контактов.

2. Сравните брачные объявления XIX века и современные, выявите изменения в ценностных стереотипах.

3. Проанализируйте рекламные объявления на предмет соответствия ФЗ «О рекламе», выявите нарушения.

4. Разработайте проект рекламной кампании для нового продукта (определите цели, стратегию, бюджет, медиаплан).

5. Создайте макет печатной рекламы (листовки или буклета) для образовательной программы.

6. Напишите сценарий 30-секундного радиоролика для выбранного товара или услуги.

7. Проведите фокус-группу для оценки рекламного сообщения и подготовьте отчет.

8. Составьте маркетинговый бриф для медиапланирования рекламной кампании.

Примерные вопросы для промежуточной аттестации (зачет):

Вопрос 1. Реклама – это:

- а) информация, распространяемая любым способом и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования
- б) только телевизионные ролики
- с) информация, предназначенная для узкого круга лиц
- д) исключительно коммерческая деятельность

Вопрос 2. Первое печатное рекламное объявление в Европе появилось:

- а) в Древнем Риме
- б) в XV веке с изобретением книгопечатания
- с) в XVIII веке в России
- д) в XX веке в США

Вопрос 3. Федеральный закон «О рекламе» был принят в России:

- а) в 1991 году
- б) в 1995 году
- с) в 2006 году
- д) в 2012 году

Вопрос 4. Рекламодатель – это:

- а) лицо, распространяющее рекламу
- б) изготовитель или продавец товара, определивший объект рекламирования
- с) лицо, создающее рекламное сообщение
- д) потребитель рекламы

Вопрос 5. К неимитационным методам обучения в рекламных дисциплинах относятся:

- а) деловые игры
- б) проблемные лекции

- c) кейс-стади
- d) ролевые игры

Вопрос 6. Медиапланирование начинается с:

- a) выбора каналов распространения
- b) описания целевой аудитории и ситуационного анализа
- c) расчета бюджета
- d) создания рекламного сообщения

Вопрос 7. Джингл в радиорекламе – это:

- a) музыкальный слоган или логотип компании
- b) рекламная статья
- c) интервью с экспертом
- d) репортаж с мероприятия

Вопрос 8. Продакт-плейсмент – это:

- a) скрытая реклама товара в фильмах, сериалах, играх
- b) прямая реклама на телевидении
- c) наружная реклама
- d) реклама в социальных сетях

Вопрос 9. POSM-материалы предназначены для:

- a) оформления мест продаж и стимулирования покупки
- b) публикации в прессе
- c) создания телевизионных роликов
- d) проведения опросов

Вопрос 10. Диагональ Гутенберга – это:

- a) траектория взгляда читателя при восприятии печатной рекламы
- b) название типографского шрифта
- c) способ печати
- d) вид бумаги

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Литература

1. Российский рекламный кодекс (принят Рекламным советом России).
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2019. – 752 с.
3. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – М.: Юрайт, 2018. – 496 с.
4. Ромат Е.В. Реклама: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2019. – 512 с.
5. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Инфра-М, 2020. – 528 с.

6. Шарков Ф.И. Реклама в коммуникационном процессе. – М.: Дашков и К, 2021. – 320 с.
7. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность. – М.: Дашков и К, 2020. – 432 с.
8. Современные образовательные технологии: учеб. пособие / под ред. Н.В. Бордовской. – М.: КНОРУС, 2016. – 432 с.

Нормативно-правовое и нормативно-техническое обеспечение

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изм. и доп.).
2. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп.).
3. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (с изм. и доп.).
4. Постановление Правительства РФ от 29.03.2019 № 363 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Доступная среда».
5. Приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования».

7. Материально-техническое обеспечение

Реализация модуля осуществляется с использованием образовательной платформы, обеспечивающей размещение лекционных материалов, проведение вебинаров, организацию практических занятий в интерактивных форматах (включая деловые игры, презентации, кейс-стади), компьютерное тестирование. Для выполнения практических заданий по разработке рекламных макетов и сценариев рекомендуется наличие доступа к графическим редакторам и программам для создания презентаций. Обучающимся необходим персональный компьютер с доступом к сети «Интернет».