

Министерство культуры Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

«Экосистемы медиаиндустрии»

Наименование ОПОП: Интеллектуальные системы и технологии в
медиаискусстве

Направление подготовки: 09.03.02 Информационные системы и технологии

Форма обучения: очная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: аудиовизуальных систем и технологий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.
в том числе: контактная работа: 34,3 час.
самостоятельная работа: 37,7 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выступление с докладом	4
практикум (выполнение практического задания)	4
присутствие на занятии	4
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	4

Рабочая программа дисциплины «Экосистемы медиаиндустрии» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 926)
— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Интеллектуальные системы и технологии в медиаискусстве» по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии

Составитель(и):

Сорокина И.В., доцент кафедры аудиовизуальных систем и технологий, канд. пед. наук

Рецензент(ы):

Горбунова И.Б., профессор кафедры информатизации образования ФГБОУ «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена» , д-р пед. наук

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры аудиовизуальных систем и технологий

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

А.И. Ходанович

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель(и) дисциплины:

расширение и углубление общих представлений студента о принципах экономического функционирования медиа, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов медиарынка, основных видах медиапредприятий и моделях их развития, а также формирование представлений об историческом своеобразии, национальной специфике, экономических структурах, правовом поле, основных тенденциях и проблемах развития современной медиаиндустрии России и крупнейших зарубежных стран (в Америке, Европе, Азии).

Задачи дисциплины:

обучение студентов навыкам использования сетевых методологий для последующей разработки стратегий продвижения продуктов и услуг в медиаиндустрии.

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Управление данными

Физическая картина мира

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Интеллектуальные системы и технологии в медиаискусстве

Логическое программирование

Администрирование в ОС Linux/Linux operating system administration

Администрирование в ОС Windows/ Windows server operating system administration

Научно-исследовательская работа

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Профессиональные компетенции

Вид деятельности: производственно-технологический.

ПК-6 — Способность проводить анализ требований предъявляемых к сбору данных, проводить исследование, собирать и анализировать данные в соответствии с решаемой прикладной задачей, организовывать и проводить интеллектуальную обработку данных.

ПК-6.2 — Исследует, собирает, анализирует данные в соответствии с решаемой прикладной задачей.

Знает: методы сбора, обработки и анализа научно - технической информации

Умеет: осуществлять сбор и анализ научно - технической информации, полученной из отечественных и зарубежных источников и литературы

Владеет: навыками теоретического и экспериментального исследования объектов профессиональной деятельности

2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 34,3 час.
самостоятельная работа: 37,7 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	4

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	4	Итого
Лекции	16	16
Практические	16	16
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	33,5	33,5
Самостоятельная работа во время сессии	4,2	4,2
Итого	71,7	71,7

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Особенности медиаиндустрии за рубежом

Основные сегменты медиаиндустрии.

Потоковый (фабричный) и проектный подходы. Прототип и конечный продукт в медиабизнесе. Реализация продукта и значение правообладания в медиабизнесе. Особенности инвестиционной деятельности.

Экономическая история и современное состояние медиаиндустрии в ведущих странах мира. Место медиаиндустрии в национальной экономике.

Основные источники финансирования в медиаиндустрии. Критерии сравнительного анализа национальных моделей медиаиндустрии в Северной Америке, Европе и Юго-Восточной Азии.

Тема 2. Экономические особенности печатных медиа за рубежом

Особенности производства в газетной индустрии. Производственный цикл. Специфика инвестиционной деятельности. Основные источники дохода в газетной индустрии.

Экономическая история газетной прессы. Современные тенденции развития газетного бизнеса. Воздействие рынка и конкуренции на экономику газет.

Роль государства в функционировании газетного рынка.

Экономическая специфика локальной и общенациональной газетной прессы.

Межсекторная конкуренция и влияние Интернета.

Национальные модели газетной индустрии США, стран Западной и Северной Европы, Японии.

Универсальные законы экономического развития газет

Тема 3. Онлайн-медиа и медиаиндустрия за рубежом

Медиасегмент в Интернете. Экономическая история онлайн-медиа.

Особенности бизнес-моделей и структуры индустрии онлайн-медиа.

Влияние процесса медиаконвергенции на развитие и трансформацию медиаиндустрии.

Тема 4. Экономические особенности телевидения и радио за рубежом

Три основных сектора телевизионной индустрии – доставка сигнала, производство контента,

организация контента (телеканалы).

Эфирное вещание – структура индустрии, особенности конкуренции, влияние цифровых технологий. Операторы неэфирного платного ТВ – основные сегменты, позиции на рынке, специфика конкуренции.

Производители контента – студии и продюсерские компании. Телевизионный проект - особенности финансирования, развития и правообладания.

Телевизионный канал – особенности отношений с производителями контента и распространителями сигнала. Типология современных телеканалов. Источники финансирования каналов. Телеканалы как часть телеиндустрии.

Тема 5. Крупный бизнес в медиаиндустрии за рубежом

Операционные и финансовые факторы консолидации и дезинтеграции в медиаиндустрии. Подходы к оценке эффектов синергии и конвергенции в медиабизнесе. Влияние процессов глобализации.

Подходы к оценке и пониманию концентрации в медиаиндустрии.

Структура ведущих медиакорпораций мира.

Формы собственности в медиаиндустрии. Публичные и частные медиакомпании. Основы корпоративного управления в медиабизнесе

Тема 6. Новейшая экономическая история медиа в России

История становления и развития системы средств массовой информации в Российской империи. Система СМИП СССР. Перестройка и кооперативное движение в СССР. Закон СССР «О печати». Закон РФ «О средствах массовой информации». Первая волна коммерциализации СМИ (1990-е гг.). Роль финансово-промышленных групп (ФПГ). Роль федеральных и региональных властей. Вторая волна коммерциализации СМИ (2000-е гг.). Роль зарубежных инвесторов. Динамика развития рекламного рынка.

Тема 7. Специфика медиарынка России

Ключевые сегменты медиаиндустрии. Государственные органы управления и контроля за медиаиндустрией Роскомнадзор и ФАПМК. Законодательство о связи, рекламе, авторском праве. Антимонопольное законодательство и функции ФАС. Крупнейшие медиахолдинги страны. Ключевые M&A-сделки и векторы развития концентрации СМИ. Отраслевая статистика и маркетинговые исследования. Транспарентность бизнеса и раскрытие информации. Функции АКАР и Mediascope.

Тема 8. Медиапредприятие в России

Основные типы медиапредприятий. Медиапредприятия и СМИ: разграничение понятий. Шифры медиапредприятий в ОКВЭД. Формы собственности медиапредприятий. Организационно-правовые формы медиапредприятий и их отличительные черты. Оффшорные бенефициары медиапредприятий. Медиапредприятия на финансовых рынках.

Тема 9. Экономические особенности печатных медиа России

Структура издательского рынка. Собственники издательских домов и брендов печатных СМИ. Тиражный аудит. Полиграфические мощности. Система распространения печатных СМИ. Функции Почты России и Роспечати. Функции ГИПП и АРПП. Взаимоотношения издательских домов и распространителей печатной продукции. Источники дохода печатных СМИ. Система государственных дотаций печатным СМИ.

Тема 10. Экономические особенности электронных медиа России

Структура рынка эфирного телевидения. Собственники эфирных телевизионных каналов. Производство телевизионного контента. Взаимоотношения телевизионных вещателей с рынком кинопроизводства. Технологии эфирного телевизионного вещания. Функции РТРС и ГПКС. Реализация ФЦП о переходе на цифровое телевизионное вещание. Источники дохода эфирных телеканалов. Система государственных дотаций эфирным телеканалам. Функции НАТ.

Структура рынка радио. Собственники радиостанций. Рынок музыкального контента. Функции РАО. Технологии радиовещания. Источники дохода радиостанций. Система государственных дотаций радиостанциям. Функции РАР.

Структура рынка неэфирного телевидения. Собственники операторов неэфирного телевидения.

Производство неэфирных телеканалов. Технологии кабельного и спутникового вещания. Источники дохода неэфирного телевидения. Функции АКТР.

Структура рынка мультисервисных медийных порталов и онлайн-СМИ. Собственники мультисервисных медийных порталов и онлайн-СМИ. Источники дохода мультисервисных медийных порталов и онлайн-СМИ. Регулирование нелегального контента в интернете. Функции РАЭК.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Особенности медиаиндустрии за рубежом	1	0	0	0	0	0	1
2	Экономические особенности печатных медиа за рубежом	1	0	0	2	0	0	3
3	Онлайновые медиа и медиаиндустрия за рубежом	2	0	0	2	0	0	4
4	Экономические особенности телевидения и радио за рубежом	2	0	0	2	0	0	4
5	Крупный бизнес в медиаиндустрии за рубежом	2	0	0	2	0	0	4
6	Новейшая экономическая история медиа в России	1	0	0	0	0	0	1
7	Специфика медиарынка России	1	0	0	2	0	0	3
8	Медиапредприятие в России	2	0	0	2	0	0	4
9	Экономические особенности печатных медиа России	2	0	0	2	0	0	4
10	Экономические особенности электронных медиа России	2	0	0	2	0	0	4
	ВСЕГО	16	0	0	16	0	0	32

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Экосистемы медиаиндустрии» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема: «Экономические особенности печатных медиа за рубежом».	2
2	Тема: «Онлайновые медиа и медиаиндустрия за рубежом».	2
3	Тема: «Экономические особенности телевидения и радио за рубежом».	2
4	Тема: «Крупный бизнес в медиаиндустрии за рубежом».	2

5	Тема: «Специфика медиарынка России».	2
6	Тема: «Медиапредприятие в России».	2
7	Тема: «Экономические особенности печатных медиа России».	2
8	Тема: «Экономические особенности электронных медиа России ».	2

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Экосистемы медиаиндустрии».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
выступление с докладом	4
практикум (выполнение практического задания)	4
присутствие на занятии	4
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	4

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Тематика докладов:

1. Проанализируйте основные особенности производства и реализации продуктов медиаиндустрии.
2. Оцените влияние рекламных доходов на функционирование прессы в России и в США / одной из стран Западной Европы.
3. Разберите структуру 2-3 крупнейших медиаконцернов США и Европы.

Вопросы к кафедральному зачету:

1. Разберите процесс запуска, развития и монетизации известного медиапроекта.
2. Основные варианты подходов к анализу зависимости масштабов медиаиндустрии от развития национальной экономики.
3. Сопоставьте место медиаиндустрии в национальной экономике России и одной из стран Европы.
4. Ключевые источники финансирования в медиаиндустрии в Европе и США.
5. Оцените влияние факторов конкуренции на национальные газетные рынки.
6. Место и роль региональных газетных рынков в различных национальных моделях газетной индустрии.
7. Сравнительная характеристика онлайн- и газетной рекламы в сопоставимых категориях.
8. Влияние типологических групп на прибыльность в газетной индустрии.
9. Соотношение развития и позиций эфирного и неэфирного телевидения в различных странах.

10. Ведущие производители контента в США и Европе.
11. Национальный телеканал в США, странах Европы и Азии: ключевые характеристики и различия.
12. Кабельные и спутниковые телеканалы – потенциал развития в различных национальных моделях телеиндустрии.
13. Рынки интернет-рекламы в масштабах национальной медиаиндустрии в различных странах.
14. Крупнейшие онлайн-медиакомпании в мире.
15. Социальные медиа в медиаиндустрии.
16. Возможности развития традиционных медиакомпаний в Интернете.
17. Основные методики расчета уровня концентрации в медиаиндустрии.
18. Финансовые рынки и крупнейшие компании в медиаиндустрии: механизмы взаимодействия.
19. История развития одного из ведущих зарубежных медиаконцернов в 1990-2000-е гг.
20. Место телевизионного бизнеса в структуре крупнейших медиаконцернов мира.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

1. Основные характеристики ведения бизнеса в медиаиндустрии
2. Особенности проектного и конвейерного (фабричного) производства в медиаиндустрии.
3. Доходы от рекламы и от конечных потребителей в медиаиндустрии: роль, объемы, соотношение
4. Периодизация экономической истории медиаиндустрии в США
5. Периодизация экономической истории медиаиндустрии в Европе
6. Абсолютные и относительные показатели объемов медиарынка
7. Основные источники финансирования в медиаиндустрии
8. Европа и США: коммерческие и некоммерческие организации, рыночные и нерыночные механизмы в медиаиндустрии
9. Ежедневная печать. Основные типологические группы и их экономические модели
10. Общенациональные ежедневные газеты. Основные типологические группы и их экономические модели
11. Локальная и региональная ежедневная пресса. Основы экономической модели
12. Медиабизнес в интернете. Основы конкуренции и прибыльности. Концепция зон прибыли
13. Основные сегменты телевизионной индустрии и их экономические модели
14. Индустрия доставки телесигнала: структура, конкуренция и прибыльность
15. Индустрия производства контента: структура, конкуренция и прибыльность
16. Телевизионные каналы: типология и механизмы конкуренции и финансирования
17. Неэфирные телеканалы: типология, конкуренция, основы экономики
18. Большой, средний и малый бизнес в медиаиндустрии. Специфика концентрации в медиаиндустрии
19. Основные факторы консолидации и деконсолидации в медиаиндустрии
20. Ключевые сегменты, в которых реализуются интересы крупнейших медиакорпораций
21. Особенности развития медиаиндустрии СССР в эпоху «перестройки»
22. Особенности развития медиаиндустрии России в 1990-е годы
23. Особенности развития медиаиндустрии России в 2000-е годы
24. Роль финансово-промышленных групп в медиаиндустрии России
25. Роль зарубежных инвесторов в медиаиндустрии России
26. Роль государства в медиаиндустрии России
27. Крупнейшие медиахолдинги России и их собственники
28. Органы надзора и регулирования медиаиндустрии в России
29. Процедура регистрации СМИ и лицензирования вещания в России
30. Статистический учет медиаиндустрии в России
31. Финансовая транспарентность медиабизнеса в России
32. Российские медиапредприятия на финансовых рынках

33. Экономические аспекты перехода России на цифровое телевидение
34. Специфика и участники российского газетного рынка
35. Специфика и участники российского журнального рынка
36. Специфика и участники российского рынка эфирного телевидения
37. Специфика и участники российского рынка неэфирного телевидения
38. Специфика и участники рынка производства аудиовизуального контента
39. Специфика и участники российского радиорынка
40. Специфика и участники российского интернет-рынка

6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Обязательная аудиторная работа			
Выступление с докладом	14	1	14
Практикум (Выполнение практического задания)	5	8	40
Присутствие на занятии	1	16	16
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.1. Литература

1. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.
<https://znanium.com/catalog/product/1209258>
2. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа : курс лекций. – 3-е изд., стер. / В. В. Хорольский. - Москва : Флинта, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный.
<https://ibooks.ru/bookshelf/352454/reading>
3. Леонов, В. Е Медиафилософия : учебное пособие / В. Е Леонов. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2020. - 108 с. - Режим доступа: для автор. пользователей. - Электрон. версия печ. публикации. - Текст : электронный.
https://elib.gikit.ru/books/pdf/2020/Uchebnaja%20literatura/02_Leonov_Mediafilosofija_UP_2020.pdf

7.2. Интернет-ресурсы

1.

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

MathType

Microsoft Office

Microsoft Windows

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Важным условием успешного освоения дисциплины является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания, включая вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующего аудиторного занятия (лекции, лабораторной работы), что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий, работа на которых обладает определенной спецификой.

Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время. Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения. Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы. Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует

обратить внимание ученика на предметные и именные указатели. Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение:

- 1) главного в тексте;
- 2) основных аргументов;
- 3) выводов.

Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы. Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции. Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна. Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования).

Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, словаописания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;

- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).