

Методические рекомендации по учебной дисциплине

Наименование дисциплины:

«Региональная и муниципальная молодежная политика»

Рекомендуется для направления подготовки

39.03.03 «Организация работы с молодежью»

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

В течение ряда лет в ЯГПУ им. К.Д. Ушинского действует БРС – балльно-рейтинговая система оценки качества знаний студентов. На ее основе каждый студент имеет возможность выбрать оптимальный для него режим обучения, разработать и реализовать индивидуальные образовательные маршруты по всем читаемым дисциплинам. Для этого необходимо познакомиться с учебными программами и разработать графики их реализации в течение семестра, а также формами и содержанием промежуточной аттестации, согласовать индивидуальные образовательные маршруты с преподавателями и начать их исполнение. Назначение БРС многопланово. Во-первых, это средство стимулирования самоорганизации деятельности студентов. Во-вторых, организационное средство регулирования индивидуальных образовательных маршрутов студентов. В-третьих, средство распределения трудозатрат студентов по освоению заданных компетенций и оценивания их (трудозатрат) в баллах. В-четвертых, средство оценки успешности студентов через рейтинг. По итогам работы в семестре преподаватель использует набранные студентом баллы следующим образом: если аттестация по дисциплине в форме зачета – автоматически выставляются оценки «зачтено» по итогам семестра; в случае нехватки баллов студент выполняет задания преподавателя.

Для получения зачета студент выполняет следующие задания:

Аннотации к теме – 1 балл за 1 аннотацию

Методические рекомендации по составлению аннотаций:

Аннотация – это краткий ответ на вопрос «О чем эта статья?». Аннотация дает понять найдет ли читатель что-то интересное по теме своей работы. Поэтому в качестве аннотации обычно даются три - пять предложений, в которых описана область, которой посвящена статья, и выводы.

Как правильно составить текст аннотации? Самый лучший способ – попробуйте рассказать кому-нибудь в трех- пяти предложениях, чему посвящена статья, для чего она написана, какие выводы в ней делаются.

Оформляется аннотация следующим образом: сначала указывается автор статьи, затем её название, далее дается ссылка в каком номере журнала за какой год опубликована статья, далее указываются номера страниц журнала на которых расположена статья (номера страниц указываются в виде интервала, например «с. 26 – 29»). Далее следует собственно текст аннотации.

Презентации – 5 баллов за 1 презентацию

Методические рекомендации по разработке презентаций:

Презентация – совокупный «продукт», его составляющие: текст, визуальный ряд, звуковой ряд. Материал слайдов реализует функцию передачи информации, а также получения обратной связи в процессе ее восприятия и усвоения с целью последующего развития у обучающихся отдельных компонентов компетенций на аудиторных занятиях и в рамках самостоятельной работы.

Отличительные признаки презентации:

1. На презентации фигурирует информация, «материализованная» в виде нового продукта, услуги, достижения, открытия и т.д.
2. Презентации чаще всего устраиваются не только для журналистов, но и для других

целевых аудиторий рекламного воздействия (потенциальных потребителей, покупателей, инвесторов, партнеров, влиятельных госслужащих и т.п.), которые должны воспринимать презентуемое непосредственно.

3. Полномасштабная презентация требует больших интеллектуальных, организационных и материальных затрат.

Основная цель презентации:

облегчение процесса восприятия информации о товаре/услуге/фирме с помощью запоминающихся образов, о каком бы виде презентаций (продажа, демонстрация, доклад и т.д.) мы бы ни говорили.

Задачи презентации:

позиционирование разработки (нового продукта) в целевых аудиториях

создание имиджа разработки (продукта), который обладая «привлекательными для целевой аудитории характеристиками и особенностями», будет помогать реализовывать цели деятельности

дать достоверную информацию целевой группе о своем продукте (разработке).

Выполнение всех этих задач должно, с одной стороны, подчеркнуть позиционирование и уникальность разработки (продукта), а с другой – быть привлекательными и интересными целевой аудитории.

Разнообразие презентаций определяется их целями, особенностями аудитории, исполнителем и другими факторами.

Типы презентаций:

Для каждого типа презентации можно разработать типовой набор средств методического, программного, технического и прочего обеспечения, что снижает трудоемкость подготовки презентаций и повышает ее эффективность.

Основные типы презентаций в зависимости от различных оснований деления:

По стилю подачи информации выделяют:

1.1. Презентация в классическом стиле.

Основной стиль выступления – монолог, который сопровождается графическими пояснениями (запись текста, формул, рисование графиков, схем). Лектор должен иметь хороший почерк, уметь красиво располагать информацию на доске, обладать художественными способностями. Ориентация на классическую презентацию позволяет с успехом выступать повсюду. Основная трудность потеря внимания слушателей в то время, когда лектор пишет информацию на доске.

1.2. Презентация с использованием проекционного оборудования.

Применение проекционного оборудования оказывает сильное воздействие на эмоциональный настрой аудитории, помогает докладчику добиться понимания слушателей. В моменты, требующие особо высокой концентрации и быстрой реакции, череда убедительных образов способна значительно помочь человеку: демонстрация сложных процессов на большом экране помогает глубже понять природу явления, а показ критических ситуаций – оценить информацию и принять решение.

По форме подачи информации выделяют:

2.1. Презентация со статической формой подачи материала.

Примером данного типа является классическая лекция или доклад, в ходе которых иллюстрационный и поясняющий материал представлен на доске.

2.2. Презентация с динамической формой подачи материала.

Примером является мультимедийная презентация. Ученые сделали вывод, что впечатление от презентации улучшилось в среднем на 16% при использовании динамических средств и только на 6% - при сопровождении той же презентации статическими визуальными средствами. Использование динамической формы подачи материала позволяет постоянно активизировать непроизвольный вид внимания аудитории и поэтому является более эффективной с точки зрения запоминания информации слушателями.

В зависимости от специфики содержания выделяют:

3.1. Стандартная презентация.

Целесообразно организовывать, если перед компанией стоит задача распространить строгую деловую информацию о себе, например, о новых назначениях, о финансовой ситуации в компании и т.п. В этом случае внимание аудитории необходимо привлечь именно к информационной части программы, и яркие, креативные детали будут неуместны. Стандартные презентации организовывают неизвестные, только выходящие на рынок компании. В этом случае организаторы предпочитают не рисковать, поскольку любой креатив в данном случае может сформировать ложный имидж компании

3.2. Концептуальная презентация.

Ее проведение имеет смысл, когда необходимо усилить интерес со стороны постоянной аудитории, для которой часто проводятся подобные мероприятия. Использовать креативную концепцию можно и для привлечения внимания новых потребителей, в том числе той «труднодоступной» части аудитории, которая не читает специализированную прессу и не посещает тематические выставки. И, наконец, если компания хочет приобрести дополнительные каналы коммуникации, скажем, непрофильные СМИ, то без нетрадиционных приемов здесь также не обойтись.

Сюда же можно отнести презентации-шоу, которые проводятся в целях развлечения гостей, и официальная часть в данном случае занимает совсем мало места. Подобные мероприятия проводятся, прежде всего, для поддержания положительного имиджа компании в глазах как клиентов и партнеров, так и своих собственных сотрудников.

К креативным презентациям можно отнести и выездные мероприятия, которые проводятся в целях выделиться на фоне конкурентов и привлечь особое внимание целевой аудитории. Выездные мероприятия могут продолжаться несколько дней и обычно сопровождаются развлекательной программой (пейнтбол, картинг и т.п.). Это позволяет донести необходимую информацию до адресатов, при этом не сильно их перегружая.

Такие мероприятия хорошо запоминаются, одновременно являются формой поощрения ключевых клиентов и считаются одними из наиболее эффективных.

При разработке данного мероприятия необходимо учитывать так называемые 5 «С» презентации, определяющие ее результативность. Каждая из 5 «С» презентации имеет особое значение. Чем больше уделяется внимания и времени данному алгоритму, тем

результат будет более эффективен:

1. Структура презентации

Это компоненты, из которых она состоит:

привлечение внимания

вводная часть

основная часть

обзор

заключение (побуждение).

Если какая-либо из перечисленных частей отсутствует, эффективность презентации снижается. Если же нарушения допущены сразу в нескольких частях, то презентация перестает действовать.

2. Содержание презентации

включает многоаспектную характеристику объекта продвижения, продукта или разработки

3. Стиль презентации

Стиль презентации может быть различным: высоким, деловым, дружественным и т.п. Как правило, стиль определяется следующими факторами:

внешний вид участников

манера подачи материала

атмосфера, которая царит в помещении

тема презентации.

4. Сопровождение презентации

К этому аспекту относится все, что окружает презентацию, все ее внешние составляющие: организация зала, расстановка столов и стульев, оптимальное количество приглашенных; использование флип-чартов, досок, ноутбуков, слайдов. Все это значительно влияет на эффект презентации.

5. Ситуативное управление презентацией

предполагает установление контакта с аудиторией.

Техника подготовки успешной презентации достигается за счет последовательной отработки трех этапов:

планирование презентации;

подготовка и проведение репетиции перед презентацией;

проведение презентации.

Работу по каждому из этапов следует разделить на два направления - технологическое (организационное) и содержательное.

Реферат – 20 баллов

Методические рекомендации по написанию реферата:

Реферат (от лат. *referre* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее существа. В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или

описания. Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате

Структура реферата:

Титульный лист

После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Введение содержит обзор источников, уточнение исходных понятий и терминов. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательно ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы.

В списке литературы указывается реально использованные для написания реферата источники.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата:

Текст набирается на компьютере на одной стороне стандартных листов белой бумаги формата А 4. Поля составляют: левое – 3 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, правое – 1 см. При компьютерном наборе рекомендуется использовать шрифт Times New Roman, 14 кегль, полуторный интервал. На каждой странице должно располагаться примерно 1800 печатных знаков (28-30 строк по 65-70 знаков, включая подстрочные примечания).

Минимальное количество баллов для допуска -40 баллов