

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«05» сентября » 2022 г.

## Рабочая программа дисциплины

### Профессиональные компетенции в высшей школе

(Наименование дисциплины/модуля)

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	<i>42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Цифровой бренд-менеджмент»</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>4 з.е.</i>
Часов по учебному плану	<i>144 ч.</i>
в том числе:	
аудиторная контактная работа	<i>42,1 аудиторных часа</i>
самостоятельная работа	<i>70,2 ч. самостоятельной работы</i>
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>экзамен</i>	<i>2 семестр</i>

Томск-2022

Программу составила: И.В. Гужова, к.филос.н., доцент КСК ФП НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д. филос. н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Профессиональные компетенции в высшей школе» разработана в соответствии с ФГОС ВО/СУОС НИ ТГУ:

*Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017г. № 528;*

*Образовательный стандарт ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный решением ученого совета НИ ТГУ 30.06.2021, протокол № 6 и введенным в действие приказом ректора НИ ТГУ № 646/ОД от 05.07.2021.*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ.

Протокол от 05.09.2022 г. №7

**Цель освоения дисциплины** - формирование у будущих магистров представлений о возможностях профессиональной самореализации в высшей школе и применения профессиональных компетенций в области рекламы и связей с общественностью для решения образовательных и коммуникационных задач университетов.

### 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Профессиональные компетенции в высшей школе» (Б1.В.01.) относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) ОПОП.

Формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими дисциплинами:

- «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Социальные медиа», «Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие», «Лидерство и руководство командной работой» (УК-3);

- «Антропология и семиотика цифровых коммуникаций», «Плейсменеджмент и плейсмейкинг \* Place-management and place-making», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Социальные медиа», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте» (ОПК-4);

- «Правовое регулирование новых медиа», «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества», «Коммуникационный менеджмент», «Основы эффективного делового общения», «Маркетинговые социологические исследования в брендинге», «Социология медиа» (ОПК-5);

- «Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента», «Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом», «Маркетинг», «"Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании» (ПК-5).

Формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими практиками: «Ознакомительная практика» (ПК-5), «Педагогическая практика», «Технологическая практика», «Профессионально-творческая» (УК -3), «Преддипломная практика» (ОПК-4, ОПК-5, ПК-5).

Результаты обучения по данной дисциплине являются необходимыми пререквизитами для успешной подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы (УК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-5).

### 2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК - 3.1 Формирует стратегию командной работы на основе совместного обсуждения целей и направлений деятельности для их реализации.	РО-УК-3.1 Обучающийся знает способы организации командной работы, которые могут использоваться для профессиональной деятельности в высшей школе
	ИУК – 3.2 Организует работу команды с учетом объективных условий	РО-УК - 3.2 В ходе командной работы обучающийся умеет оценивать объективные условия (технологии, внешние факторы, ограничения), индивидуальные

	(технология, внешние факторы, ограничения), индивидуальных особенностей поведения и возможностей членов команды.	особенностей поведения и возможности членов команды
	ИУК -3.3 Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	РО-УК-3.3 – Обучающийся владеет методами мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения
<b>ОПК-4</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или)  медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	ИОПК-4.1. Умеет определять ценности, потребности, интересы и ожидания целевых аудиторий при создании медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.	РО – ОПК-4.1.1 Обучающийся осознает важность изучения потребностей и ожиданий аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или)  медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования РО – ОПК - 4.1.2 Обучающийся использует аналитические данные и данные опубликованных исследований, а также проводит свои исследования для выявления ценностей, потребностей, интересов и ожиданий целевых аудиторий в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или)  медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования
	ИОПК-4.2. Умеет сегментировать аудиторию, исходя из ее социально - демографических, психографических, поведенческих и др. характеристик	РО – ОПК -4.2.1 Обучающийся знает, выявление каких характеристик позволяет составить психографический, социально-графический и поведенческий портрет целевой аудитории  РО – ОПК – 4.2.2 Обучающийся умеет сегментировать нужную целевую аудиторию на основе выявленных характеристик
	ИОПК-4.3. Выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.	РО – ОПК – 4.3.1 –Обучающийся умеет использовать вторичные данные и проводить исследования с целью выявления общественных интересов, а также принятых в том или ином сообществе правил и норм поведения РО – ОПК – 4.3.2 – Обучающийся выражает профессиональный интерес к анализу общественных изменений, к аналитическим данным, к современным прикладным исследованиям и использует собранную информацию в целях повышения эффективности своей профессиональной стратегии в высшей школе
<b>ОПК-5</b> Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных	ИОПК - 5.1 Организует профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования	РО-ОПК- 5.1 Обучающийся знает этические принципы академического сообщества, а также основания этического регулирования профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью для социально-ответственного подхода к реализации

систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	коммуникации.	профессиональной деятельности в высшей школе
	ИОПК-5.2 Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью	РО-ОПК- 5.2 Обучающийся умеет проводит коммуникационный аудит, составлять медиакарту и медиаплан для эффективных on- и offline медиакоммуникаций с внутренней и внешней общественностью
	ИОПК-5.3 Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур; умеет анализировать их эффективность.	РО-ОПК -5.3 Обучающийся владеет современными технологиями организации научно-деловых и имиджевых мероприятий on- и offline разного масштаба для различных целевых групп
<b>ПК-5</b> Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке)	ИПК-5.1 Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта	РО-ПК-5.1 1 Обучающийся владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; под контролем поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта/аккаунта в социальной сети
	ИПК-5.2 Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.	РО-ПК-5.2 Обучающийся создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов
	ИПК-5.3 Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.	РО-ПК-5.3 Обучающийся под контролем осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 2.

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	2 семестр	всего
<b>Общая трудоемкость</b>		
<b>Контактная работа:</b>	42,1	42,1
Лекции (Л):	12	12
Практические занятия (ПЗ)	12	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Семинарские занятия (СЗ)	12	12
Групповые консультации	2	2
Индивидуальные консультации	-	-
Промежуточная аттестация	2,3	2,3
<b>Самостоятельная работа обучающегося:</b>	70,2	70,2
- <i>выполнение итогового учебного проекта</i>	17,2	17,2
- <i>подготовка доклада и презентации</i>	3	3
- <i>подготовка к семинарским/практическим занятиям/ изучение учебного материала, публикаций, интернет-ресурсов</i>	40	40
- <i>посещение университетских мероприятий</i>	10	10
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

### 3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3.

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание /	Вид учебной работы, занятий, контроля	С е м е с т р	Часы в эл-ной форме	Всего (час.)	Лит-ра <sup>1</sup>	Коды резул-в обучения
	<b>Раздел 1 Образование как сфера будущего профессионального развития</b>		2				
1	1.1 Университет и мировые образовательные тренды	Лекция	2		2		РО – ОПК-4.1.1, РО – ОПК – 4.3.2
2	1.2.Спектр «университетских» профессий специалиста в сфере коммуникаций	Лекция	2		2		РО – ОПК – 4.3.2
3,4	1.3.Научно-исследовательская деятельность как стратегия профессионального развития в высшей школе	Лекция	2		4		РО – ОПК – 4.3.2
	Изучение учебного материала, публикаций, интернет-ресурсов / Выполнение практического задания 1	СРС	2		10		РО – ОПК – 4.3.2
	<b>Раздел 2 Корпоративная культура университетов и этические основания практики специалистов по Р и СО в высшей школе</b>		2				
5/7-8	2.1.Этические основания профессиональных коммуникаций специалистов по Р и СО	Лекция/Семинар	2		2/4		РО-ОПК- 5.1; РО – ОПК – 4.3.1, 4.3.2 РО-УК - 3.1, 3.2, 3.3
6/9	2.2.Развитие корпоративной культуры как основа формирования идентичности бренда ун-та	Лекция/Семинар	2		2/2		РО – ОПК – 4.3.1, 4.3.2 РО-УК - 3.1, 3.2, 3.3
	Подготовка к семинарским занятиям/ Изучение учебного материала, интернет-ресурсов	СРС	2		6		РО-ОПК- 5.1; РО – ОПК – 4.3.1, 4.3.2
	Посещение университетских мероприятий	СРС	2		4		РО – ОПК – 4.3.2, РО-ОПК -5.3
	<b>Раздел 3 Высшее образование в цифровую эпоху</b>		2				
10	3.1.Создание конкурентоспособных образовательных программ и онлайн-курсов в вузе	Семинар	2		2		РО – ОПК-4.1.1, РО – ОПК - 4.1.2, РО – ОПК -4.2.1

<sup>1</sup> См. п. 4.1

11	3.2 Цифровые технологии в образовании.	Семинар	2		2		РО – ОПК-4.1.1, РО – ОПК - 4.1.2 РО-УК - 3.1, 3.2, 3.3
12	3.3 Цифровая грамотности и способы ее повышения в высшей школе	Семинар	2		2		РО – ОПК-4.1.1, РО – ОПК - 4.1.2
	Подготовка к семинарским занятиям/ Изучение учебного материала, публикаций, интернет-ресурсов	СРС	2		8		РО – ОПК-4.1.1, РО – ОПК - 4.1.2 РО-УК - 3.1, 3.2, 3.3
	Посещение университетских мероприятий				4		
	<b>Раздел 4. Позиционирование и продвижение университета в России и мире</b>		2				
13	4.1 Внешние и внутренние медиакоммуникации университета	Практика	2		2		РО-УК-3.1, 3.2, 3.3; РО-ОПК- 5.2, РО-ПК-5.1
14	4.2 Специальные мероприятия в высшей школе онлайн и оффлайн	Практика	2		2		РО-УК-3.1, 3.2, 3.3; РО-ОПК -5.3, РО-ПК-5.1
15	4.3Бренд-коммуникации университета в новых медиа	Практика	2		2		РО-ОПК- 5.2, РО-ПК-5.1
16	4.4 Научный PR: особенности технологии и современные подходы	Практика	2		2		РО – ОПК – 4.3.1, 4.3.2
	Подготовка к практическим занятиям/ Изучение учебного материала, публикаций, интернет-ресурсов	СРС	2		16		РО-УК-3.1, 3.2, 3.3; РО-ОПК-4.3.1, 4.3.2; РО-ОПК-5.2,5.3
	Посещение университетских мероприятий	СРС	2		2		РО – ОПК – 4.3.2, РО-ОПК -5.3
	Подготовка проекта, презентации; индивид. консультации (ИК)	СРС/ИК	2		20,2/ 3,8		РО-УК-3.1, 3.2, 3.3; РО-ОПК-4.2.2; РО-ОПК-4.3.1, 4.3.2; РО-ОПК-5.2,5.3; РО-ПК-5.1, РО-ПК-5.2, РО-ПК-5.3
17-18	Презентация итоговых учебных проектов	Практика	2		4		РО-УК-3.1, 3.2, 3.3; РО-ОПК-4.2.2; РО-ОПК-4.3.1, 4.3.2;РО-ОПК-5.2,5.3, РО-ПК-5.1, РО-ПК-5.2, РО-ПК-5.3
	<b>Промежуточная аттестация (экзамен)</b>		2		2,3		РО-УК-3.1,3.2; РО – ОПК-4.1.1, РО – ОПК -4.2.1; РО – ОПК – 4.3.2; РО-ОПК- 5.1, 5.2, 5.3 РО-ПК-5.2, РО-ПК-5.3



#### **4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины**

Условием эффективного усвоения содержания курса «Профессиональные компетенции в высшей школе» и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими и практическими занятиями, на которых формируются обозначенные выше универсальные и общепрофессиональные компетенции.

Лекционные занятия чередуются с практическими занятиями, на которых знаниевый компонент той или иной компетенции обучающегося дополняется умениями и навыками использовать теоретические знания для решения практических коммуникационных и исследовательских задач. Участие в семинарских занятиях призвано формировать готовность студента самостоятельно осваивать новые темы и искать путь к решению практических проблем через совместное обсуждение и дискуссию, через поиск эффективных способов организации командной работы.

При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция с элементами беседы», рекомендуется использовать:

- Метод проектной деятельности, направленный на развитие аналитических, управленческих, коммуникативных компетенций обучающихся, а также на умение управлять командой. Публичная защита проекта позволяет слушателям отрабатывать навыки устной и электронной презентации результатов своей проектной работы. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).

- Технологию семинара-«дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-«дискуссия» используется как метод усиления интереса слушателей к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности. Данная технология в рамках курса позволяет формировать навыки командной работы и управления командой.

- Технологию «кейс-стади», призванную знакомить обучающихся с передовым опытом практической деятельности специалистов по коммуникациям (Р и СО, брендингу) в сфере высшего образования.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, должен составлять не менее 50% аудиторных занятий.

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины предполагает следующие виды работ: выполнение индивидуального учебного проекта и подготовка доклада и презентации (внеаудиторная) для его публичной защиты (аудиторная), выполнение контрольных заданий (аудиторная), изучение учебного материала, публикаций и интернет-ресурсов (внеаудиторная), предложенных преподавателем, подготовка к семинарским и практическим занятиям (внеаудиторная), посещение университетских мероприятий.

По итогам посещения практических и семинарских занятий, выполнения практических заданий (см. ФОС) обучающийся допускается к экзамену. Процедура промежуточной аттестации по дисциплине в форме экзамена предполагает подготовку обучающегося по вопросам, отражающим основные темы курса (см. ФОС), устный ответ преподавателю на вопросы, попавшиеся в билете.

##### **4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение**

В период обучения магистрантам должны быть доступны программа дисциплины «Профессиональные компетенции в высшей школе», ФОС по дисциплине и электронные презентации основного содержания дисциплины; также должно осуществляться электронное

сопровождение курса в Moodle.

#### **а) Основная литература:**

1. Ашманов И. С., Касперская Н. И. Цифровая гигиена. - СПб: Питер, 2022, - 400 с.
2. Боуэн У. Г. Высшее образование в цифровую эпоху. М.: Издательский дом ВШЭ, 2018. [Электронный ресурс]. URL: [3](#). Культура сетевых коммуникаций и цифровая грамотность / науч. ред. А.П. Глухов. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2019. – 106 с. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:674994&theme=system>
4. Можаяева Г., Краснова Г. Электронное образование в эпоху цифровой трансформации. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2019. – 200 с. [Электронный ресурс]. URL: [https://ido.tsu.ru/science/pub/2019/Krasnova\\_Mozhaeva\\_Monografija.pdf](https://ido.tsu.ru/science/pub/2019/Krasnova_Mozhaeva_Monografija.pdf)
5. Окушова Г.А., Бычкова М.Н., Гужова И.В. Позиционирование и продвижение томских университетов в коммуникативном пространстве Интернета. Томск: Издательский Дом ТГУ, 2014. – 141 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000502033>
6. Пантелеева Е.С. Корпоративная культура как маркетинговый ресурс [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/korporativnaya-kultura-kak-marketingovyy-resurs>
7. Цифровая грамотность российских педагогов. Готовность к использованию цифровых технологий в учебном процессе./ Авторы: Т.А. Аймалетдинов, Л.Р. Баймуратова, О.А. Зайцева, Г.Р. Имаева, Л.В. Спиридонова. Аналитический центр НАФИ. – М.: Издательство НАФИ, 2019. – 84 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2019/10/digit-ped.pdf>

#### **б) Дополнительная литература:**

1. Валеева Н.Ш., Фролова Ф.Ф., Компетенции профессионального саморазвития. Сущность и формирование у студентов. Аспирантура. Магистратура. М.: Русайнс, 2019. – 119 с.
2. Лейтон М. С. Просто об Agile. М.: Эксмо, 2017. - 430 с.
3. Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика: Учеб. Пособие.- М.: АспектПресс, 2010 – 286 с. (1 экз)
4. Ньютон Р. Управление проектами от А до Я. М.: Альпина Паблишер, 2018. - 180 с.
5. Пенн М., Файнман М. Микротренды, меняющие мир прямо сейчас. М.: Альпина Паблишер, 2019. – 430 с.
6. Сингер П. О вещах действительно важных. Моральные вызовы XXI века. М.: Синдбад, 2019. – 400с.
7. Спивак В.А. Корпоративная культура. – СПб.: Питер, 2001. – 345 с. (3 экз.)

#### **в) Интернет-ресурсы:**

1. Профессиональные кодексы PR-специалистов. Университет Синергия. URL: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=363&v=WUDBYvfS5EM](https://www.youtube.com/watch?time_continue=363&v=WUDBYvfS5EM)
2. Корпоративная социальная ответственность. Видеолекция. URL: <https://www.lektorium.tv/lecture/23166>
3. Взаимодействие пресс-службы с журналистами по социальным вопросам. Видеолекция. URL: <https://www.lektorium.tv/lecture/23134>
4. Кодекс профессионального поведения ИПРА (Международной ассоциации по связям с общественностью). URL: [https://www.ipra.org/static/media/uploads/code\\_of\\_conduct/russian.pdf](https://www.ipra.org/static/media/uploads/code_of_conduct/russian.pdf)

5. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс, CEPPI). URL: <https://pr.web-3.ru/ethics/europien/>
6. Афинский кодекс (ИПРА +CEPII) URL: <https://pr.web-3.ru/ethics/afins/>
7. Российский этический кодекс в сфере коммуникаций. URL: <https://www.raso.ru/profstandart.php>
8. Корпоративная культура - специализированный интернет-журнал. URL: <http://www.hr-journal.ru/articles/oc/>
10. Знак: проблемное поле медиаобразования - научный журнал. URL: <http://journals.csu.ru/index.php/znak/issue/view/44>
11. AcademiaEdu – международная социальная сеть для сотрудничества учёных. URL: <https://www.academia.edu/>
12. ResearchGate – бесплатная международная социальная для сотрудничества учёных различных научных дисциплин. URL: <https://www.researchgate.net/>

#### **4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные**

- Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
- Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
- КиберЛенинка, научная электронная библиотека (OpenScience) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>
- SCOPUS, база данных цитирования издательства Elsevier. Библиографическая информация, информация о цитировании, ссылки на полные тексты – Режим доступа: <http://www.scopus.com/>

#### **4.3.Перечень лицензионного и программного обеспечения**

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. MicrosoftWindows 10
2. Google Chrome
3. Moodle

#### **4.4.Оборудование и технические средства обучения**

При освоении данной дисциплины используются:

- учебные классы, оснащенные аппаратурой и программным обеспечением для организации практических занятий по курсам ОПОП магистратуры.
- компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и практические занятия, другая техника для обеспечения возможности презентаций учебного материала преподавателем и презентации практических заданий обучающимися.

#### **5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины**

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Профессиональные компетенции в высшей школе» предполагает прослушивание лекций и участие в практических и семинарских занятиях, консультации преподавателя в течение семестра и во время сессии, самостоятельную подготовку студентов, своевременное выполнение заданий. **Лекции** – одна из форм активной аудиторной работы обучающихся, требующая не просто прослушивания, но и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того,

чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, может выносить некоторые вопросы на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам, учебным пособиям и тем учебно-методическим материалам, которые размещены в электронной оболочке курса в MOODLE. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку как к практическим и семинарским занятиям, так и к экзамену. **Практические занятия** предполагают подготовку и изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, образовательных интернет-порталов и т.п. Прочитанную литературу рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при подготовке итогового учебного проекта и подготовке к экзамену. Качество освоения материала студентом будет тем выше, чем шире и разнообразнее изученная им литература. На практических занятиях задания выполняются преимущественно в микро-группах, что совершенствует навык работы в команде. **Семинарские занятия** предполагают подготовку и изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, образовательных интернет-порталов и т.п. Прочитанную литературу рекомендуется конспектировать. Важно не только выступить на семинаре самому, но и полезно конспектировать выступления других студентов.

Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к занятиям и экзамену, можно обсудить с преподавателем в часы его консультаций. Завершает изучение дисциплины сдача экзамена в устной форме (вопрос-ответ).

#### **6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину:**

И.В. Гужова, к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

Г.А. Окушова, к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

#### **7. Язык преподавания: русский.**