

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

**ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ (РЕКЛАМНЫЙ ПРОЕКТ)**

Направление и направленность (профиль)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Год набора на ОПОП  
2020

Форма обучения  
очная

Владивосток 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Профессионально-творческие мастерские (рекламный проект)» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

*Ушанов П.В., доктор филологических наук, профессор, Высшая школа кино и телевидения, Pavel.Ushanov08@vvsu.ru*

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 19.03.2020 , протокол № 12

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

|   |                 |
|---|-----------------|
| <b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН<br/>ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b> |                 |
| Сертификат  | 1575566011      |
| Номер транзакции                                  | 0000000004E8B1F |
| Владелец  | Булах С.П.      |

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

### Цель освоения дисциплины :

сформировать систематизированное представление о деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью в условиях современной системы масс-медиа; освоить в полном объеме правила и методы создания информационного и информационно-аналитического контента и познакомить с технологией проектного метода.

### Задачи курса:

- приобретение навыков поиска и анализа информации для создания информационного контента телеэфира;
- приобретение навыков создания журналистских материалов информационного, аналитического, художественно-публицистического вещания в условиях трансформации жанровой системы;
- освоение правил и требований для работы корреспондента, репортера, редактора, ведущего прямого эфира;
- приобретение основных навыков работы теле- и звукорежиссёров, операторов, продюсеров, сценаристов, специалистов монтажа.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

| Название ОПОП ВО, сокращенное                       | Код и формулировка компетенции  | Код и формулировка индикатора достижения компетенции  | Результаты обучения по дисциплине |                         |  |
|---|---|---|-----------------------------------|-------------------------|--|
|   |   |   | Код результата                    | Формулировка результата |  |
| 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК) | ПКВ-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа | ПКВ-2.1к : Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта | РД1                               | Знание                  | Основных исторических этапов развития проектной деятельности; основных теоретических подходов к определению понятия проект; основных характеристик и измерений проекта; элементов проектной деятельности; классификации проектов. специфика проектирования как творческого процесса; методов управления творческой деятельностью; методов управления творческими коллективами. |

|   |  |     |        |  |
|---|--|-----|--------|--|
|   | ПКВ-2.2к :<br>Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | РД4 | Умение | Создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта   |
|   | ПКВ-2.3к :<br>Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний   | РД5 | Умение | Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний   |
|   | ПКВ-2.4к :<br>Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде   | РД6 | Навыки | Применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде   |
| ПКВ-4 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПКВ-4.3к :<br>Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами  | РД2 | Навыки | Навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами изучения целевой аудитории; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого процесса. |

|   |   |      |        |   |
|---|---|------|--------|---|
| УК-2 : Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.1в :<br>Определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов их достижения                     | РД3  | Умение | Разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевой плана-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами. |
|   |   | РД7  | Умение | определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений   |
|   | УК-2.2в :<br>Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов  | РД8  | Знание | имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов  |
|   | УК-2.4в :<br>Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение                                      | РД9  | Умение | Формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение   |
| УК-3 : Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  | УК-3.1в :<br>Определяет и принимает необходимую для успешной реализации проекта роль в зависимости от профессиональной области реализации проекта | РД10 | Умение | осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  |

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина "Профессионально-творческие мастерские (PR-проект)" реализуется в 1-ом, 2-ом, 3-ем, 4-ом, 5-ом, 6-ом, 7-ом семестрах обучения, является дисциплиной по выбору вариативной части учебного рабочего плана. Дисциплина последовательно формирует профессиональные компетенции, необходимые для успешной деятельности специалистов в области рекламы и связей с общественностью

## 3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

| Название ОПОП<br>ВО                              | Форма<br>обуче-<br>ния | Часть<br>УП | Семестр<br>(ОФО)<br>или<br>курс<br>(ЗФО,<br>ОЗФО) | Трудо-<br>емкость<br><br>(З.Е.) | Объем контактной работы (час) |            |       |      |                    |     | СРС | Форма<br>аттес-<br>тации |
|--|------------------------|-------------|---|---------------------------------|-------------------------------|------------|-------|------|--------------------|-----|-----|--------------------------|
|  |                        |             |   |                                 | Всего                         | Аудиторная |       |      | Внеауди-<br>торная |     |     |                          |
|  |                        |             |   |                                 |                               | лек.       | прак. | лаб. | ПА                 | КСР |     |                          |
| 42.03.01 Реклама<br>и связи с<br>общественностью | ОФО                    | Б1.ДВ.А     | 1   | 2                               | 37                            | 0          | 36    | 0    | 1                  | 0   | 35  | 3                        |
| 42.03.01 Реклама<br>и связи с<br>общественностью | ОФО                    | Б1.ДВ.Б     | 2   | 2                               | 37                            | 0          | 36    | 0    | 1                  | 0   | 35  | 3                        |
| 42.03.01 Реклама<br>и связи с<br>общественностью | ОФО                    | Б1.ДВ.В     | 3   | 2                               | 37                            | 0          | 36    | 0    | 1                  | 0   | 35  | 3                        |
| 42.03.01 Реклама<br>и связи с<br>общественностью | ОФО                    | Б1.ДВ.Г     | 4   | 2                               | 37                            | 0          | 36    | 0    | 1                  | 0   | 35  | 3                        |
| 42.03.01 Реклама<br>и связи с<br>общественностью | ОФО                    | Б1.ДВ.Д     | 5   | 2                               | 37                            | 0          | 36    | 0    | 1                  | 0   | 35  | 3                        |
| 42.03.01 Реклама<br>и связи с<br>общественностью | ОФО                    | Б1.ДВ.Е     | 6   | 4                               | 55                            | 0          | 54    | 0    | 1                  | 0   | 89  | ДЗ                       |
| 42.03.01 Реклама<br>и связи с<br>общественностью | ОФО                    | Б1.ДВ.Ж     | 7   | 2                               | 33                            | 0          | 32    | 0    | 1                  | 0   | 39  | 3                        |

## 4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

| №                | Название темы                                       | Код ре-<br>зультата<br>обучения | Кол-во часов, отведенное на |       |     |     | Форма<br>текущего контроля |
|------------------|---|---------------------------------|-----------------------------|-------|-----|-----|----------------------------|
|                  |   |                                 | Лек                         | Практ | Лаб | СРС |                            |
| <b>1 семестр</b> |   |                                 |                             |       |     |     |                            |
| 1                | Понятие единого<br>информационного<br>пространства. | РД2                             | 0                           | 2     | 0   | 2   | Творческое задание.        |

|                  |   |     |   |   |   |   |  |
|------------------|---|-----|---|---|---|---|--|
| 2                | Понятие «информации». Характеристики «новостной» информации.                                  | РД1 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 3                | Информационный повод  | РД5 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 4                | Общие принципы построения новости. Обязательные вопросы. Схема «перевернутой пирамиды».       | РД1 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 5                | Жанровые и языковые особенности информации  | РД5 | 0 | 2 | 0 | 1 | Творческое задание.                                      |
| 6                | Источники информации. Понятие «бэкграундера».   | РД1 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1. Творческое задание.<br>2. Деловая и/или ролевая игра. |
| 7                | Методы сбора и редактирования информации. Этические нормы при работе с источниками информации | РД1 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 8                | Заголовки новостей в информационных выпусках. Значение, выбор, приемы создания.               | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1.Творческое задание.<br>2. Навыковый тренинг            |
| 9                | Способы привлечения аудитории к информационному контенту                                      | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 10               | Различные формы и методы подачи кнента: инфотейнмент, эдьютейнмент, эвент экшн и др.          | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 11               | Этапы, технические условия создания и размещения информационных материалов.                   | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 12               | Технология проектной деятельности в PR  | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 13               | Специфика разработки проекта  | РД3 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 14               | Основы управления рекламным проектом.   | РД3 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1.Творческое задание.<br>2. Навыковый тренинг            |
| 15               | Технология управления проектной деятельности.   | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1.Творческое задание.<br>2. Навыковый тренинг            |
| 16               | Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.                                       | РД3 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 17               | Оценка эффективности рекламного проекта.  | РД3 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 18               | Технология управления проектной группой   | РД3 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| <b>2 семестр</b> |   |     |   |   |   |   |  |
| 1                | Основные правила подготовки и проведения различных видов информационных интервью.             | РД1 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1. Творческое задание.<br>2. Деловая и/или ролевая игра. |
| 2                | Методы коммуникационной деятельности. Принцип дополнительности методов                        | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | Творческое задание.                                      |
| 3                | Метод интервью. Типология вопросов.   | РД2 | 0 | 4 | 0 | 2 | 1. Творческое задание.<br>2. Деловая и/или ролевая игра. |
| 4                | Информационный сопровождение. Значение.   | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1.Творческое задание.<br>2. Навыковый тренинг            |

|                  |   |     |   |   |   |   |  |
|------------------|---|-----|---|---|---|---|--|
| 5                | Командная деятельность. Универсализация профессий в информационном производстве   | РД2 | 0 | 2 | 0 | 1 | 1. Творческое задание.<br>2. Деловая и/или ролевая игра.   |
| 6                | Информационное сопровождение. Итоговое занятие.   | РД2 | 0 | 2 | 0 | 2 | Итоговое творческое задание.(создание, трансляция на доступном канале распространения информации готового сюжета, событийного интервью). |
| 7                | Репортаж как синтез жанров. Виды репортажей.  | РД2 | 0 | 8 | 0 | 6 | Творческое задание.  |
| 8                | Событийный репортаж как основа информационного сопровождения. Правила раскрытия темы                                    | РД3 | 0 | 6 | 0 | 6 | Творческое задание.  |
| 9                | Работа «в кадре». Стенд-ап как прием  | РД3 | 0 | 6 | 0 | 8 | 1.Творческое задание.<br>2. Навыковый тренинг  |
| 10               | Принципы достоверности информации.  | РД3 | 0 | 2 | 0 | 4 | 1.Творческое задание.<br>2. Навыковый тренинг  |
| <b>3 семестр</b> |   |     |   |   |   |   |  |
| 1                | Понятие, сущность и задачи рекламы  | РД3 | 0 | 4 | 0 | 4 | Творческое задание.  |
| 2                | История возникновения и развития рекламы  | РД3 | 0 | 4 | 0 | 4 | Творческое задание.  |
| 3                | Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.   | РД3 | 0 | 4 | 0 | 4 | 1. Творческое задание.<br>2. Деловая и/или ролевая игра.   |
| 4                | Виды рекламы.   | РД5 | 0 | 4 | 0 | 4 | 1. Творческое задание.<br>2. Деловая и/или ролевая игра.   |
| 5                | Реклама в печатных СМИ  | РД5 | 0 | 4 | 0 | 4 | Творческое задание.  |
| 6                | Реклама на радио  | РД3 | 0 | 4 | 0 | 3 | Творческое задание.  |
| 7                | Реклама на ТВ   | РД3 | 0 | 4 | 0 | 4 | Творческое задание.  |
| 8                | Реклама в сети Интернет   | РД3 | 0 | 4 | 0 | 4 | Итоговое творческое задание.(создание, трансляция на доступном канале распространения )  |
| 9                | Рекламная кампания  | РД3 | 0 | 4 | 0 | 4 | Творческое задание.  |
| <b>4 семестр</b> |   |     |   |   |   |   |  |
| 1                | Структура коммуникационного проектирования  | РД4 | 0 | 6 | 0 | 6 | 1. Творческое задание.<br>2. Деловая и/или ролевая игра.   |
| 2                | Технология проектной деятельности   | РД4 | 0 | 6 | 0 | 6 | Творческое задание.  |
| 3                | Предмет и объект проектирования   | РД4 | 0 | 6 | 0 | 5 | 1.Творческое задание.<br>2. Навыковый тренинг  |
| 4                | Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении рекламной кампании | РД4 | 0 | 6 | 0 | 6 | Творческое задание.  |
| 5                | Рекламная журналистика как один из видов профессиональной деятельности.   | РД4 | 0 | 6 | 0 | 6 | Творческое задание.  |
| 6                | Особенности политической, социальной телерекламы  | РД4 | 0 | 6 | 0 | 6 | Творческое задание.  |
| <b>5 семестр</b> |   |     |   |   |   |   |  |

|                         |   |     |          |            |          |            |   |
|-------------------------|---|-----|----------|------------|----------|------------|---|
| 1                       | Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов | РД4 | 0        | 6          | 0        | 6          | Творческое задание.   |
| 2                       | Презентация проекта   | РД4 | 0        | 6          | 0        | 5          | 1. Выполнение итогового творческого задания в виде презентации основы собственного (коллективного) телевизионного проекта |
| 3                       | Аудитория проекта   | РД4 | 0        | 6          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 4                       | Построение организационной структуры управления   | РД4 | 0        | 6          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 5                       | Команда проекта и ее состав.  | РД4 | 0        | 6          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 6                       | Понятие кризиса   | РД4 | 0        | 6          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| <b>6 семестр</b>        |   |     |          |            |          |            |   |
| 1                       | Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта.                             | РД5 | 0        | 9          | 0        | 15         | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 2                       | Предмет и объект проектирования   | РД5 | 0        | 9          | 0        | 14         | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 3                       | Построение организационной структуры  | РД5 | 0        | 9          | 0        | 15         | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 4                       | Функциональные обязанности участников проекта   | РД5 | 0        | 9          | 0        | 15         | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 5                       | Принципы оценки промежуточных результатов   | РД5 | 0        | 9          | 0        | 15         | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 6                       | Основные подходы оценки эффективности   | РД5 | 0        | 9          | 0        | 15         | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| <b>7 семестр</b>        |   |     |          |            |          |            |   |
| 1                       | Собственный коммуникационный проект как основа ВКР                                      | РД5 | 0        | 6          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 2                       | Структура практической главы ВКР  | РД5 | 0        | 6          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 3                       | Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР             | РД5 | 0        | 6          | 0        | 9          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 4                       | Определение проблематики собственного коммуникационного проекта для ВКР                 | РД5 | 0        | 6          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 5                       | Структура собственного проекта для ВКР  | РД5 | 0        | 6          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| 6                       | Защита плана коммуникационного проекта для ВКР  | РД5 | 0        | 2          | 0        | 6          | проверка конспекта, опрос, дискуссия  |
| <b>Итого по таблице</b> |   |     | <b>0</b> | <b>266</b> | <b>0</b> | <b>303</b> |   |

#### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

##### 1 семестр

*Тема 1 Понятие единого информационного пространства.*

Содержание темы: Характеристики информационного общества. Многообразие информации, массовый доступ к каналам информации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные

технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде сравнительного анализа реализации информационной функции различных типов СМИ.

*Тема 2 Понятие «информации». Характеристики «новостной» информации.*

Содержание темы: Информация в коммуникациях как разновидность социальной информации, предназначенной для массового распространения. . Характеристики «новостной» информации: новизна, оперативность, актуальность, достоверность, полнота, точность, полезность, своевременность и т.д.).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания по анализу соответствия новостей СМИ характеристикам «новостной» информации.

*Тема 3 Информационный повод.*

Содержание темы: Выбор информационных поводов, фактов для создания информационного контента в связи с запросами целевой аудитории.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Общие принципы построения новости. Обязательные вопросы. Схема «перевернутой пирамиды».*

Содержание темы: Краткая новость – обязательные ответы на вопросы: что, кто, где, когда? Расширенная информация - ответы на дополнительные вопросы: как (почему), каким образом? Наиболее распространенная схема построения новостной информации - по принципу « перевернутой пирамиды»: самое главное, без подробностей, в начале новости .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа принципов построения новостей в конкретных СМИ.

*Тема 5 Жанровые и языковые особенности информации.*

Содержание темы: Текст для новостей - на основе литературного языка, нейтральной лексики. Дополнительные требования к языку и стилю в связи со спецификой информационного канала .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа видов информации в конкретных СМИ с целью определения разновидностей информации и соблюдения языковых особенностей текста новостей.

*Тема 6 Источники информации. Понятие «бэкграундера».*

Содержание темы: Перечень основных источников информации: пресс-релизы, Интернет, ньюсмейкеры, другие СМИ и т.д. "Бэкграундер» - дополнительная PR-информация.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной

литературы, выполнение творческого задания в виде анализа новостей в конкретных СМИ с целью выявления первоначального источника информации для создания новости. Проведение деловой и/или ролевой игры по заданным параметрам.

*Тема 7 Методы сбора и редактирования информации. Этические нормы при работе с источниками информации.*

Содержание темы: Регулярный мониторинг информагентств, звонки в пресс-службы различных ведомств и организаций, использование соц.сетей, взаимодействие с ньюсмейкерами и т.д. Полученная от источников информация как основа создания собственной новости. Условия, при которых обязательна ссылка на источник информации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа необходимости ссылок в новостях конкретного СМИ.

*Тема 8 Заголовки новостей в информационных выпусках. Значение, выбор, приемы создания.*

Содержание темы: Заголовки новостей в виде кратких анонсов, «лидов» в начале информационных выпусков. Значение. Принципы выбора тем для заголовков.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа заголовков выпуска новостей, принципов отбора тем для заголовков, формы создания. Проведение навыкового тренинга по заданным параметрам.

*Тема 9 Способы привлечения аудитории к информационному контенту.*

Содержание темы: Виды анонсов: текстовые в исполнении ведущего эфира, с видеорядом, с графикой и т.д. Анонсы отдельных информационных программ с указанием времени выхода в эфир.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа различного вида анонсов конкретного СМИ с целью привлечения аудитории.

*Тема 10 Различные формы и методы подачи контента: инфотеймент, эдьютеймент, эвент эжин и др.*

Содержание темы: Развитие новости при появлении новых подробностей. Принцип повтора основных ответов, напоминание о главном. Метод инфотеймента – «разыгрывание» новости; метод эдьютеймента- подача научной и образовательной информации в развлекательной форме; метод финишинга- доведение новости, откликов на нее до логического конца; метод эвент эжин – провоцированное событие.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа развития новостей в конкретном СМИ с целью выявления различных форм и методов подачи.

*Тема 11 Этапы, технические условия создания и размещения информационных материалов.*

Содержание темы: Навыки работы по монтажу видеоряда, по размещению

информационного контента на других каналах.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде создания видеоинформации или радиоинформации на конкретную тему с выполнением всех творческих и технических этапов.

#### *Тема 12 Технология проектной деятельности в PR.*

Содержание темы: Методология и методика предпроектного анализа. Социологическое исследование, контент-анализ, ассоциативный метод исследования, мозговой штурм, SMART-анализ, SWOT-анализ, метод Дельфи. Структура проекта. Управление содержанием проекта. Ресурсы проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к выполнению итогового творческого задания, включающего в себя все темы курса.

#### *Тема 13 Специфика разработки проекта.*

Содержание темы: Структура рекламного проекта. Жизненный цикл рекламного проекта. Предмет и объект проектирования.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания по анализу этапов подготовки и создания видеоинформации для телеэфира.

#### *Тема 14 Основы управления рекламным проектом.*

Содержание темы: Структура рекламного проекта. Жизненный цикл рекламного проекта. Предмет и объект проектирования. Концепция рекламного проекта. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта. Разработка рекламной кампании и оценка эффективности реализации проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания по анализу этапов подготовки и создания видеоинформации для телеэфира. Проведение навыкового тренинга по теме.

#### *Тема 15 Технология управления проектной деятельностью.*

Содержание темы: Построение организационной структуры управления рекламными проектами. Матрица ответственности. Управление коммуникациями проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра информационного выпуска с целью анализа наличия и значения «хрипушек», целесообразности их использования в телеэфире. Проведение навыкового тренинга по теме.

#### *Тема 16 Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.*

Содержание темы: Понятие кризиса, классификация рисков. Принципы оценки промежуточных результатов рекламного проекта. Антикризисный план как составная часть проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные

технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа использования «синхронов» в телеэфире.

#### *Тема 17 Оценка эффективности рекламного проекта.*

Содержание темы: Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта. Модели подсчета эффективности. Достижение цели рекламного проекта как критерий эффективности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа применения в телеэфире графики, видео – «досье», материалов зрителей.

#### *Тема 18 Технология управления проектной группой .*

Содержание темы: Команда проекта и ее состав. Функциональные обязанности участников проекта. Организация процесса формирования, развития и управления проектной командой.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа структуры и композиции событийного интервью.

## **2 семестр**

*Тема 1 Основные правила подготовки и проведения различных видов информационных интервью.*

Содержание темы: Виды: событийное интервью, брифинг, пресс-конференция, брифинг, протокольное. Значение и место в эфире различных видов. Особенности подготовки к различным вариантам, роль и место корреспондента при проведении различных видов интервью.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра в конкретной телепрограмме различных видов интервью с целью анализа различий в подготовке и проведения, работе корр-та. Проведение деловой и/или ролевой игры по заданным параметрам.

*Тема 2 Методы коммуникационной деятельности. Принцип дополнительности методов.*

Содержание темы: Комплекс действий, направленных на решение определенных задач. Основные методы – интервью, наблюдения (случайное или систематическое, включенное и не включенное и т.д.); изучение документов; эксперимент, т.е. способ выявления состояния объекта действительности путем его реакции на экспериментальный фактор (экономический, правовой, психологический, лабораторный и т.д.) Сочетание методов при создания контента.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра конкретного телеэфира и анализа методов работы журналистов.

### *Тема 3 Метод интервью. Типология вопросов.*

Содержание темы: Общение в работе корреспондента как основа профессиональной деятельности. Основные группы вопросов: открытые, закрытые. Практика использования основной группы. Дополнительные вопросы : уточняющие, проверочные, провокационные и т.д.). Невербальная составляющая метода интервью.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде разностороннего анализа методов интервью в конкретных телепрограммах.

### *Тема 4 Информационный сопровождение. Значение.*

Содержание темы: Отличия информационного сюжета от видеoinформации. Обязательные элементы короткого сюжета: видеоряд события, два «синхрона», закадровый текст. Отличия от репортажного варианта сюжета.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра сюжетов в информационном выпуске с целью анализа структуры, композиции, наличия обязательных элементов. Проведение навыкового тренинга по заданным параметрам.

### *Тема 5 Командная деятельность. Универсализация профессий в информационном производстве.*

Содержание темы: Работа в коммуникациях как командная деятельность. Тенденция к универсализации. Необходимые навыки работы с компьютером, в сети Интернет. Работа с монтажером, режиссером; базовые программы для видео, аудиомонтажа и т.д.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра информационных сюжетов, созданных журналистами в качестве автора и оператора для анализа их овладения навыками смежных профессий. Проведение деловой и/ или ролевой игры по заданным параметрам.

### *Тема 6 Информационное сопровождение. Итоговое занятие.*

Содержание темы: Проверка знаний, навыков и умений, выполнение итогового практического задания.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к выполнению итогового творческого задания, включающего в себя все практические темы курса.

### *Тема 7 Репортаж как синтез жанров. Виды репортажей.*

Содержание темы: Характеристики жанра репортажа. Сочетание информации, фрагментов интервью (синхронов), комментария, зарисовки и т.д. Виды: событийный, проблемный (тематический), специальный (близость к журналистскому расследованию), криминальный, некомментируемый (трансляция). Особенности создания.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде разностороннего анализа разных видов

репортажей в телевизионном эфире конкретного телеканала.

*Тема 8 Событийный репортаж как основа информационного сопровождения. Правила раскрытия темы.*

Содержание темы: Формирование новостной картины дня. В содержании – одна самостоятельная тема. Формулировка содержания – в начале репортажа. Объективность, разные точки зрения - в синхронах, персонифицированный подход, запоминающиеся детали.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра событийных репортажей в телеэфире с целью анализа структуры и правил раскрытия темы.

*Тема 9 Работа «в кадре». Стенд-ап как прием.*

Содержание темы: Целесообразность появления « в кадре». Внешний вид, речь, поза, жесты, мимика. Движение корр-та в кадре. . Правило среднего плана при стенд-апе.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде всестороннего анализа работы корреспондентов « в кадре» по заданным параметрам. Проведение навыкового тренинга по теме.

*Тема 10 Принципы достоверности информации.*

Содержание темы: Подтверждение достоверности события; подведение итогов или рассказ о перспективах событий; привлечение внимание зрителя к важной информации .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа типа стендапов и их места в сюжете в эфире указанной телекомпании. Проведение навыкового тренинга по заданной теме.

### **3 семестр**

*Тема 1 Понятие, сущность и задачи рекламы.*

Содержание темы: Понятие, сущность и задачи рекламы в системе коммуникаций .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра конкретного телеканала с целью всестороннего анализа работы журналистов в формате «лайф ту тейп» по заданным параметрам.

*Тема 2 История возникновения и развития рекламы.*

Содержание темы: История возникновения и развития рекламы как отражение процесса усложнения социальных отношений.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа работы ведущих различных программ на конкретном телеканале по заданным параметрам.

*Тема 3 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.*

Содержание темы: Реклама в системе маркетинговых коммуникаций как эффективный инструмент продвижения интересов компании или заказчика .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа внешнего вида, вербальной и невербальной коммуникации ведущего по заданным параметрам. Проведение деловой и/или ролевой игры по теме.

#### *Тема 4 Виды рекламы.*

Содержание темы: Влияние канала коммуникации на выбор вида рекламы .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра конкретных телепрограмм с участием гостей в студии прямого эфира и анализа работы ведущего по заданным параметрам. Проведение деловой и/или ролевой игры по теме.

#### *Тема 5 Реклама в печатных СМИ.*

Содержание темы: Реклама в печатных СМИ - история развития, современное состояние .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа ток-шоу на указанных телеканалах по заданным параметрам.

#### *Тема 6 Реклама на радио.*

Содержание темы: Реклама на радио: история развития, современное значение.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа ток-шоу различной тематики на указанных телеканалах по заданным параметрам.

#### *Тема 7 Реклама на ТВ.*

Содержание темы: Реклама на ТВ: история развитие, современное значение .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде создания основы самостоятельного авторского телевизионного проекта по заданной теме с выполнением всех этапов.

#### *Тема 8 Реклама в сети Интернет.*

Содержание темы: Реклама в сети Интернет: история развития, современное значение .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к выполнению итогового творческого задания, включающего в себя все практические темы курса.

#### *Тема 9 Рекламная кампания .*

Содержание темы: Рекламная кампания как способ реализации коммуникационных задач .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа работы указанного телеканала в условиях конвергенции по заданным параметрам.

#### **4 семестр**

##### *Тема 1 Структура коммуникационного проектирования.*

Содержание темы: Общая структура коммуникационного проектирования. Основные этапы. Основные разделы коммуникационного проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде создания телевизионного сюжета с последующей трансформацией для радиоэфира, для размещения на сайте телекомпании, в соц.сетях. Проведение деловой /или ролевой игры по заданным параметрам.

##### *Тема 2 Технология проектной деятельности .*

Содержание темы: Структура проекта. Управление содержанием проекта. Ресурсы проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа указанных телепрограмм с точки зрения обновления жанровой системы по заданным параметрам.

##### *Тема 3 Предмет и объект проектирования.*

Содержание темы: Предмет и объект проектирования в области рекламной деятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа использования в телеэфире видеоматериалов, присланных в редакцию, по заданным параметрам. Проведение навыкового тренинга по теме.

##### *Тема 4 Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении рекламной кампании.*

Содержание темы: Варианты размещения (в составе сюжетов, как информационный повод, в рамках информационного сопровождения и т.д.) Ссылка на источники, соблюдение авторских прав и этических норм. Технические ограничения.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа использования в телеэфире видеоматериалов, присланных в редакцию, по заданным параметрам.

##### *Тема 5 Рекламная журналистика как один из видов профессиональной деятельности.*

Содержание темы: Общие методы создания, средства распространения, способы воздействия на аудиторию. Творческие и технологические особенности. Этапы журналистской работы при создании коммерческого телесюжета.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра рекламных сюжетов на конкретном телеканале с целью сравнительного анализа общих с тележурналистикой методов создания, способов воздействия, особенностей рекламного контента.

#### *Тема 6 Особенности политической, социальной телерекламы.*

Содержание темы: Работа тележурналиста во время предвыборных кампаний. Политическая реклама и выборные технологии. Приемы создания положительного имиджа политика. Место в телеэфире для социальной рекламы. Тематика, приемы и методы создания социальной рекламы. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра конкретных телеканалов с целью анализа политической и социальной рекламы по заданным параметрам.

### **5 семестр**

*Тема 1 Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов.*

Содержание темы: Рунет и целевая аудитория конкретного телеканала. Информационные потребности, запросы аудитории. Варианты размещения в интернете телепродукции. Маркетинговые кампании для продвижения проектов.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра Интернета с целью анализа вариантов размещения телепродукции по заданным параметрам.

#### *Тема 2 Презентация проекта.*

Содержание темы: Презентация как средство демонстрации жизнедеятельности проекта. Алгоритм процесса подготовки презентации. Разработка содержания и структуры презентации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, подготовка к выполнению итогового творческого задания, включающего в себя все практические темы курса.

#### *Тема 3 Аудитория проекта.*

Содержание темы: Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта. Специфика целевой и ключевой аудиторий.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

#### *Тема 4 Построение организационной структуры управления .*

Содержание темы: Построение организационной структуры управления рекламными проектами. Матрица ответственности. Управление коммуникациями проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 5 Команда проекта и ее состав.*

Содержание темы: Команда проекта и ее состав. Функциональные обязанности участников проекта. Организация процесса формирования, развития и управления проектной командой.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 6 Понятие кризиса.*

Содержание темы: Понятие кризиса, классификация рисков. Принципы оценки промежуточных результатов рекламного проекта. Антикризисный план как составная часть проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

**6 семестр**

*Тема 1 Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта.*

Содержание темы: Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта. Модели подсчета эффективности. Достижение цели рекламного проекта как критерий эффективности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 2 Предмет и объект проектирования.*

Содержание темы: Концепция проекта. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 3 Построение организационной структуры.*

Содержание темы: Матрица ответственности. Управление коммуникациями проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 4 Функциональные обязанности участников проекта.*

Содержание темы: Функциональные обязанности участников проекта. Организация процесса формирования, развития и управления проектной командой.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 5 Принципы оценки промежуточных результатов.*

Содержание темы: Принципы оценки промежуточных результатов рекламного проекта. Антикризисный план как составная часть проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 6 Основные подходы оценки эффективности.*

Содержание темы: Основные подходы к оценке эффективности проекта. Модели подсчета эффективности. Достижение цели проекта как критерий эффективности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

**7 семестр**

*Тема 1 Собственный коммуникационный проект как основа ВКР.*

Содержание темы: Изучение практики подготовки ВКР.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 2 Структура практической главы ВКР.*

Содержание темы: Изучение структуры практической главы ВКР.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 3 Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР.*

Содержание темы: Знакомство с практикой эффективного использования ПИО для сбора и оформления практической части ВКР.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 4 Определение проблематики собственного коммуникационного проекта для ВКР.*

Содержание темы: Определение проблематики собственного коммуникационного проекта для ВКР.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 5 Структура собственного проекта для ВКР.*

Содержание темы: Разработка структуры собственного проекта для ВКР.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные

технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

*Тема 6 Защита плана коммуникационного проекта для ВКР.*

Содержание темы: Защита плана коммуникационного проекта для ВКР.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

## **5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы**

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут. При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на переаттестацию соответствующих дисциплин (модулей), освоенных в процессе обучения, который в том числе освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Специфика дисциплины заключается в практической направленности полученных знаний. В ходе практических занятий по мере изучения материала проводится анализ проектной деятельности в области рекламы и PR. При выполнении задач деловых и/или ролевых игр, выполнении заданий в рамках навыкового тренинга студенты должны применять полученные теоретические и практические знания. При этом студенты должны в ходе самостоятельной работы в виде творческих заданий анализировать различные аспекты коммуникационной деятельности.

В процессе освоения дисциплины возможно посещение студентами региональных масс-медиа для подробного ознакомления с отдельными практическими темами; приглашение на занятия ведущих специалистов в области рекламы и PR.

Для различного вида работ (аудиторных и самостоятельных) студенту предоставлен удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, которые указаны в рабочих учебных программах дисциплин. Перечень информационно-справочных систем удаленного доступа обновляется и корректируется ежегодно.

Оценка по дисциплине формируется в соответствии с положением о рейтинговой системе оценки знаний. Учитываются 4 основных вида контроля:

- посещение практических занятий;
- творческое задание, выполненное во время самостоятельной работы, в том числе итогового творческого задания по темам дисциплины;
- выполнение заданий в рамках навыкового тренинга;
- выполнение заданий в рамках деловой и/или ролевой игры.

Неудовлетворительная оценка, полученная студентом, пересдается по правилам рейтинговой оценки знаний студентов ВГУЭС.

Учащийся для самостоятельной подготовки по дисциплинам учебного плана имеет доступ к электронно-библиотечной системе ВГУЭС. Библиотечный фонд укомплектован рекомендуемой для обучения литературой (в соответствии с рабочими программами дисциплин) и располагает не только изданиями на традиционных носителях, но

полнотекстовой базой учебников, научной литературы, научно-популярной и художественной литературы.

## **5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

## **6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

## **7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### ***0.1 Основная литература***

### ***0.2 Дополнительная литература***

### ***0.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):***

Отсутствуют

## **8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

Основное оборудование:

Программное обеспечение:

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля  
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ (РЕКЛАМНЫЙ ПРОЕКТ)**

Направление и направленность (профиль)  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Год набора на ОПОП  
2020

Форма обучения  
очная

Владивосток 2020

## 1 Перечень формируемых компетенций

| Название ОПОП ВО, сокращенное                       | Код и формулировка компетенции  | Код и формулировка индикатора достижения компетенции  |
|---|---|---|
| 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК) | ПКВ-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа   | ПКВ-2.1к : Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта                                 |
|   |   | ПКВ-2.2к : Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта |
|   |   | ПКВ-2.3к : Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной и PR-кампаний   |
|   |   | ПКВ-2.4к : Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде   |
|   | ПКВ-4 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций                   | ПКВ-4.3к : Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами  |
|   | УК-2 : Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.1в : Определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов их достижения  |
|   |   | УК-2.2в : Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов   |
|   |   | УК-2.4в : Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение   |
|   | УК-3 : Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  | УК-3.1в : Определяет и принимает необходимую для успешной реализации проекта роль в зависимости от профессиональной области реализации проекта                                    |

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

## 2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

**Компетенция ПКВ-2 «Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа»**

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора | Результаты обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов |
|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
|                               |                                   |                                 |

| Код результата  | Тип результата | Результат | Критерии оценивания результатов обучения   |
|---|----------------|-----------|--|
|   |                |           |  |
| ПКВ-2.1к : Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта                                 | РД1            | Знание    | Основные исторических этапов развития проектной деятельности; основных теоретических подходов к определению понятия проект; основных характеристик и измерений проекта; элементов проектной деятельности; классификации проектов. специфика проектирования как творческого процесса; методов управления творческой деятельностью; методов управления творческими коллективами. |
| ПКВ-2.2к : Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | РД4            | Умение    | Создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта   |
| ПКВ-2.3к : Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний   | РД5            | Умение    | Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний   |
| ПКВ-2.4к : Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде   | РД6            | Навыки    | Применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде   |

**Компетенция ПКВ-4 «Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций»**

Таблица 2.2 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |                |           | Критерии оценивания результатов обучения |
|--|-----------------------------------|----------------|-----------|--|
|  | Код результата                    | Тип результата | Результат |  |
|  |                                   |                |           |  |

|  |             |                |  |   |
|--|-------------|----------------|--|---|
| ПКВ-4.3к : Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | Р<br>Д<br>2 | На<br>вы<br>ки | Навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами изучения целевой аудитории; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого процесса. | Системно и полно владеет: методами предпроектного анализа; навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами изучения целевой аудитории; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого процесса. |
|--|-------------|----------------|--|---|

**Компетенция УК-2** «Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений»

Таблица 2.3 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора достижения компетенции   | Результаты обучения по дисциплине |                       |   | Критерии оценивания результатов обучения  |
|--|-----------------------------------|-----------------------|---|---|
|  | Код ре-з-та                       | Т и п ре з-та         | Результат   |   |
| УК-2.1в : Определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов их достижения | Р<br>Д<br>3                       | У<br>м<br>е<br>н<br>е | Разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевой плана-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами. | Системно и полно умеет: разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевой плана-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами. |
|  | Р<br>Д<br>7                       | У<br>м<br>е<br>н<br>е | определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений   |   |
| УК-2.2в : Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов                          | Р<br>Д<br>8                       | Зн<br>ан<br>ие        | имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов  | Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов   |
| УК-2.4в : Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение                  | Р<br>Д<br>9                       | У<br>м<br>е<br>н<br>е | Формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение   | Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение   |

**Компетенция УК-3** «Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде»

Таблица 2.4 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора достижения компетенции   | Результаты обучения по дисциплине |               |  | Критерии оценивания результатов обучения                                   |
|--|-----------------------------------|---------------|--|--|
|  | Код ре-з-та                       | Т и п ре з-та | Результат  |  |
| УК-3.1в : Определяет и принимает необходимую для успешной реализации проекта роль в зависимости от профессиональной области реализации проекта | РД10                              | Умение        | осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | осуществляет социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде |

Таблица заполняется в соответствии с разделом 2 Рабочей программы дисциплины (модуля).

### 3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

| Контролируемые планируемые результаты обучения | Контролируемые темы дисциплины  | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС   |                                 |       |
|--|---|--|---------------------------------|-------|
|  |   | Текущий контроль   | Промежуточная аттестация        |       |
| Очная форма обучения                           |   |  |                                 |       |
| РД1  | Знание : Основных исторических этапов развития проектной деятельности; основных теоретических подходов к определению понятия проект; основных характеристик и измерений проекта; элементов проектной деятельности; классификации проектов. специфики проектирования как творческого процесса; методов управления творческой деятельностью; методов управления творческими коллективами. | 1.2. Понятие «информации». Характеристики «новостной» информации.                                  | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|  |   | 1.4. Общие принципы построения новости. Обязательные вопросы. Схема «перевернутой пирамиды».       | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|  |   | 1.6. Источники информации. Понятие «бэкграундера».   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|  |   | 1.7. Методы сбора и редактирования информации. Этические нормы при работе с источниками информации | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|  |   | 2.1. Основные правила подготовки и проведения различных видов информационных интервью.             | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
| РД2  | Навыки : Навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами и звучения целевой аудитории; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого   | 1.1. Понятие единого информационного пространства.   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|  |   | 1.8. Заголовки новостей в информационных выпусках. Значение, выбор, приемы создания.               | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|  |   | 1.9. Способы привлечения аудитории к информационному контенту                                      | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |

|     |  |  |                                 |       |
|-----|--|--|---------------------------------|-------|
|     | о процесса.  | 1.10. Различные формы и методы подачи контента: инфотейнмент, эдьютейнмент, эвент экшн и др. | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 1.11. Этапы, технические условия создания и размещения информационных материалов.            | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 1.12. Технология проектной деятельности в PR   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 1.15. Технология управления проектной деятельности.  | Практическая работа             | Опрос |
|     |  | 2.2. Методы коммуникационной деятельности. Принцип дополнительности методов                  | Практическая работа             | Опрос |
|     |  | 2.3. Метод интервью. Типология вопросов.   | Практическая работа             | Опрос |
|     |  | 2.4. Информационный сопровождение. Значение.   | Практическая работа             | Опрос |
|     |  | 2.5. Командная деятельность. Универсализация профессий в информационном производстве         | Практическая работа             | Опрос |
|     |  | 2.6. Информационное сопровождение. Итоговое занятие.   | Практическая работа             | Опрос |
|     |  | 2.7. Репортаж как синтез жанров. Виды репортажей.  | Практическая работа             | Опрос |
| РДЗ | Умение : Умеет анализировать продукцию масс-медиа с точки зрения типов, форматов вещания и жанровой системы    | 3.1. Понятие, сущность и задачи рекламы  | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 3.2. История возникновения и развития рекламы  | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 3.3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.   | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 3.6. Реклама на радио  | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 3.7. Реклама на ТВ   | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 3.8. Реклама в сети Интернет   | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 3.9. Рекламная кампания  | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
| РДЗ | Навыки : Владеет навыками создания журналистских материалов определенного жанра для различных типов масс-медиа | 2.9. Работа «в кадре». Сценарий как прием  | Практическая работа             | Опрос |
| РДЗ | Умение : Разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевой план                    | 1.13. Специфика разработки проекта   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |

|     |   |  |                                 |       |
|-----|---|--|---------------------------------|-------|
|     | а-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции и медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами. | 1.14. Основы управления рекламным проектом.  | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |   | 1.16. Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.  | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |   | 1.17. Оценка эффективности рекламного проекта.   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |   | 1.18. Технология управления проектной группой  | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |   | 2.8. Событийный репортаж как основа информационного сопровождения. Правила раскрытия темы                                    | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |   | 2.10. Принципы достоверности информации.   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД4 | Знание : Знает функциональные обязанности и требования к специалистам масс-медиа различных типов для реализации конкретных проектов   | 4.5. Рекламная журналистика как один из видов профессиональной деятельности.   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД4 | Умение : Умеет анализировать необходимые требования и обязанности в соответствии с целями, задачами и этапами работы  | 4.1. Структура коммуникационного проектирования  | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |   | 4.2. Технология проектной деятельности   | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |   | 4.4. Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении рекламной кампании | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |   | 4.6. Особенности политической, социальной телерекламы  | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
| РД4 | Навыки : Владеет навыками реализации функциональных требований профессиональной деятельности в зависимости от целей, задач и этапов проекта   | 4.3. Предмет и объект проектирования   | Практическая работа             | Опрос |
|     |   | 5.1. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов                                 | Практическая работа             | Опрос |
|     |   | 5.2. Презентация проекта   | Практическая работа             | Опрос |
|     |   | 5.3. Аудитория проекта   | Практическая работа             | Опрос |
|     |   | 5.4. Построение организационной структуры управления   | Практическая работа             | Опрос |
|     |   | 5.5. Команда проекта и ее состав.  | Практическая работа             | Опрос |
|     |   | 5.6. Понятие кризиса   | Практическая работа             | Опрос |

|     |  |  |                                 |       |
|-----|--|--|---------------------------------|-------|
| РД5 | Знание : Знает основы мировой, русской культуры, систему общечеловеческих ценностей, нравственных норм, этических принципов журналистской деятельности | 1.5. Жанровые и языковые особенности информации                                  | Собеседование                   | Опрос |
| РД5 | Умение : Умеет анализировать достижения культуры, науки, моральные ценности применительно к профессиональной деятельности                              | 1.3. Информационный повод  | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 6.1. Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта.                 | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 6.2. Предмет и объект проектирования   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 6.3. Построение организационной структуры  | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 6.4. Функциональные обязанности участников проекта                               | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 6.5. Принципы оценки промежуточных результатов                                   | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 6.6. Основные подходы оценки эффективности                                       | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД5 | Навыки : Владеет навыками применения в профессиональной работе достижений науки, культуры с целью продвижения общегуманитарных ценностей               | 3.4. Виды рекламы.   | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 3.5. Реклама в печатных СМИ  | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
|     |  | 7.1. Собственный коммуникационный проект как основа ВКР                          | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 7.2. Структура практической главы ВКР  | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 7.3. Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 7.4. Определение проблематики собственного коммуникационного проекта для ВКР     | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 7.5. Структура собственного проекта для ВКР                                      | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |
|     |  | 7.6. Защита плана коммуникационного проекта для ВКР                              | Деловая и/или ролевая игра      | Опрос |

#### 4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

|  |                    |
|--|--------------------|
|  | Оценочное средство |
|--|--------------------|



канала распространения? Привести примеры. Обосновать ответ.

3. Чем отличается текущая информация в каждом СМИ от «новости»? Привести примеры «новостной информации» в каждом из СМИ и обозначить их характеристики. Обосновать ответ.

4. Каковы принципы построения новости в каждом случае? Что значит принцип «пирамиды» для электронных СМИ? Привести примеры.

5. Чем отличается информационный материал, размещенный в печатном СМИ от информационного материала в электронных масс-медиа? Привести примеры, обосновать ответ.

#### *Краткие методические указания*

Студенту необходимо заранее просмотреть указанные выпуски новостей, отдельные сюжеты, сегменты телеэфира и провести анализ по заданным параметрам. Опрос на занятии проводится путем дискуссионного обсуждения. Данное задание ставит целью не столько проверить самостоятельный анализ, сколько научить анализировать материал, а также применять полученные знания на практике. Готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 10 баллами

#### *Шкала оценки*

| Оценка | Баллы*           | Описание   |
|--------|------------------|--|
| 5      | 10 баллов        | Ознакомление с телепрограммой (эфиром) в виде предварительного просмотра и анализа, активное обсуждение параметров, заданных в перечне вопросов, глубокое понимание обсуждаемых тем. |
| 4      | 7 балла          | Ознакомление с телепрограммой (эфиром), участие в обсуждении заданных вопросов.  |
| 3      | 4 балла          | Поверхностное ознакомление с телепрограммой (эфиром), пассивное присутствие на занятии.  |
| 2      | Менее 3-х баллов | Невыполнение творческого задания, пассивное присутствие на занятии.  |

## 5.2 деловая игра

*Пример деловой и/или ролевой игры по теме «Основные правила подготовки и проведения различных видов информационных интервью».*

Для проведения деловой и /или ролевой игры студентам предлагается провести интервью со специалистом, экспертом. Для этого группе (курсу) студентов предлагается информационный повод, актуальный для текущего дня. Одному из пары студентов предлагается роль эксперта, второму – роль интервьюера. Цель журналистского задания – определить, насколько компетентным является предполагаемый специалист; подготовиться к интервью; составить перечень необходимых вопросов; найти «подход» к специалисту, т.е. убедить в необходимости ответить на вопросы и «разговорить» его; выяснить у специалиста подробную информацию о событии, факте, явлении; правильно выстроить композицию интервью; записать контактную информацию о ньюсмейкере для возможного последующего обращения к нему за информацией. Интервью записывается на «камеру» для дальнейшей оценки и анализа работы корреспондента.

В итоге оценивается результат - насколько эффективно удалось «корреспонденту» добиться перечисленных целей.

#### *Краткие методические указания*

Студенту во время выполнения задач деловой и/или ролевой игры необходимо ориентироваться на изученный во время занятий материал, а также на содержание рекомендованных учебников, дополнительной научной литературы.

#### *Шкала оценки*

| Оценка | Баллы     | Описание  |
|--------|-----------|---|
| 5      | 10 баллов | Активное обсуждение параметров задания деловой и/или ролевой игры, проявление инициативы в о время игры, правильная оценка результатов. |
| 4      | 7 балла   | Участие в обсуждении параметров задания деловой и/или ролевой игры, выполнение задания, не активное участие в обсуждении результатов.   |
| 3      | 4 балла   | Выполнение задания, не активное участие в обсуждении результатов.   |

|   |                |                                   |
|---|----------------|-----------------------------------|
| 2 | Менее 3 баллов | Пассивное присутствие на занятии. |
|---|----------------|-----------------------------------|