МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

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. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2026

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

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 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Павелкина Л.С.*

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 06.04.2026 , протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

| ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ | |
|---|---|
| Сертификат | 1575566011 |
| Номер транзакции | 0000000000F6AB0A |
| 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 о планировании и организации под контролем комуникационных кампаний.

**Задачи курса:**

- приобретение навыков поиска и анализа информации для создания итекстов рекламы и мсвязей с общественостью, литературного редактирования,копирайтинга;
- приобретение навыков организационно-управленческой работы с маоыми коллективами;
- освоение правил и требований для эффективной коммуникционной структуры, внутренних и внешних коммуникций;
- приобретение основных навыков написания аналитических справок, обзоров и отчетов.

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) | | | | |

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

| **Воспитательные задачи** | **Формирование ценностей** | **Целевые ориентиры** |
|---|---|---|
| **Формирование гражданской позиции и патриотизма** | | |
| Воспитание уважения к истории и культуре России | Высокие нравственные идеалы | Активная жизненная позиция |
| **Формирование духовно-нравственных ценностей** | | |
| Воспитание чувства долга и ответственности перед семьей и обществом | Взаимопомощь и взаимоуважение | Гибкость мышления |
| **Формирование научного мировоззрения и культуры мышления** | | |

| | | |
|---|---|---|
| Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям | Единство народов России | Внимательность к деталям |
| **Формирование коммуникативных навыков и культуры общения** | | |
| Воспитание культуры диалога и уважения к мнению других людей | Гуманизм | Внимательность к деталям |

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина "Профессионально-творческая мастерская (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. Дисципдлина 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 ВО | Форма обуче-ния | Часть УП | Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО) | Трудо-емкость | Объем контактной работы (час) | | | | | | СРС | Форма аттес-тации |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | (З.Е.) | Всего | Аудиторная | | | Внеауди-торная | | | |
| | | | | | | лек. | прак. | лаб. | ПА | КСР | | |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ОФО | Б1.ДВ.А | 1 | 2 | 37 | 0 | 36 | 0 | 1 | 0 | 35 | З |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ОФО | Б1.ДВ.Б | 2 | 2 | 37 | 0 | 36 | 0 | 1 | 0 | 35 | З |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ОФО | Б1.ДВ.В | 3 | 2 | 37 | 0 | 36 | 0 | 1 | 0 | 35 | З |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ОФО | Б1.ДВ.Г | 4 | 2 | 37 | 0 | 36 | 0 | 1 | 0 | 35 | З |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ОФО | Б1.ДВ.Д | 5 | 2 | 37 | 0 | 36 | 0 | 1 | 0 | 35 | З |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ОФО | Б1.ДВ.Е | 6 | 6 | 55 | 0 | 54 | 0 | 1 | 0 | 161 | ДЗ |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ОФО | Б1.ДВ.Ж | 7 | 2 | 33 | 0 | 32 | 0 | 1 | 0 | 39 | З |

## 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 результата обучения | Кол-во часов, отведенное на | | | | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Лек | Практ | Лаб | СРС | |
| **1 семестр** | | | | | | | |
| 1 | Понятие единого информационного пространства. | РД2 | 0 | 2 | 0 | 1 | |
| 2 | Понятие «информации». | | 0 | 2 | 0 | 2 | |
| 3 | Информационный повод | | 0 | 2 | 0 | 2 | |
| 4 | Общие принципы построения новости | | 0 | 2 | 0 | 2 | |
| 5 | Жанровые и языковые особенности информации | | 0 | 2 | 0 | 2 | |
| 6 | Источники информации. | | 0 | 2 | 0 | 2 | |
| 7 | Методы сбора информации | | 0 | 2 | 0 | 2 | |
| 8 | Заголовки новостей. | | 0 | 2 | 0 | 2 | |
| 9 | Способы привлечения аудитории к информационному контенту | РД1 | 0 | 4 | 0 | 4 | |
| 10 | Этапы, технические условия создания и размещения информационных материалов. | РД3 | 0 | 4 | 0 | 4 | |
| 11 | Технология проектной деятельности в PR | | 0 | 4 | 0 | 4 | |
| 12 | Оценка эффективности рекламного проекта. | | 0 | 4 | 0 | 4 | |
| **2 семестр** | | | | | | | |
| 1 | Основные правила подготовки и проведения различных видов информационных интервью. | | 0 | 4 | 0 | 4 | |
| 2 | Методы коммуникационной деятельности. | | 0 | 4 | 0 | 4 | |
| 3 | Командная деятельность. | | 0 | 4 | 0 | 3 | |
| 4 | Репортаж как синтез жанров. | | 0 | 6 | 0 | 12 | |
| 5 | Событийный репортаж как основа информационного сопровождения. | | 0 | 6 | 0 | 12 | |
| 6 | Работа «в кадре». | | 0 | 6 | 0 | 12 | |
| 7 | Принципы достоверности информации. | | 0 | 2 | 0 | 2 | |
| **3 семестр** | | | | | | | |
| 1 | Понятие, сущность и задачи рекламы | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 2 | История возникновения и развития рекламы | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 3 | Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 4 | Виды рекламы. | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 5 | Реклама в печатных СМИ | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 6 | Реклама на радио | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 7 | Реклама на ТВ | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 8 | Рекламная кампания | | 0 | 5 | 0 | 5 | |
| **4 семестр** | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Структура коммуникационного проектирования | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 2 | Технология проектной деятельности | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 3 | Предмет и объект проектирования | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 4 | Использование непрофессиональной информации при сопровождении рекламной кампании | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 5 | Рекламная журналистика как один из видов профессиональной деятельности. | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 6 | Особенности политической, социальной телерекламы | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| **5 семестр** | | | | | | | |
| 1 | Интернет как площадка для продвижения проектов | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 2 | Презентация проекта | | 0 | 6 | 0 | 5 | |
| 3 | Аудитория проекта | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 4 | Построение организационной структуры управления | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 5 | Команда проекта и ее состав | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 6 | Понятие кризиса | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| **6 семестр** | | | | | | | |
| 1 | Основные подходы к оценки эффективности рекламного проекта. | | 0 | 9 | 0 | 15 | |
| 2 | Предмет и объект проектирования | | 0 | 9 | 0 | 14 | |
| 3 | Построение организационной структурыПостроение организационной структуры | | 0 | 9 | 0 | 15 | |
| 4 | Функциональные обязанности участников проекта | | 0 | 9 | 0 | 15 | |
| 5 | Принципы оценки промежуточных результатов | | 0 | 9 | 0 | 15 | |
| 6 | Основные подходы оценки эффективности | | 0 | 9 | 0 | 15 | |
| **7 семестр** | | | | | | | |
| 1 | Собственный коммуникационный проект как основа ВКР | | 0 | 6 | 0 | 5 | |
| 2 | Структура практической главы ВКР | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 3 | Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 4 | Определение проблематики собственного коммуникационного проекта для ВКР | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 5 | Структура собственного проекта для ВКР | | 0 | 6 | 0 | 6 | |
| 6 | Защита плана коммуникационного проекта для ВКР | | 0 | 2 | 0 | 6 | |
| **Итого по таблице** | | | **0** | **269** | **0** | **322** | |

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

#### 1 семестр

*Тема 1 Понятие единого информационного пространства.*

Содержание темы: Понятие единого информационного пространства.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 Понятие «информации».*

Содержание темы: Понятие «информации». Характеристики «новостной» информации.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 3 Информационный повод.*

Содержание темы: Информационный повод.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Общие принципы построения новости.*

Содержание темы: Общие принципы построения новости. Обязательные вопросы. Схема «перевернутой пирамиды».

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 5 Жанровые и языковые особенности информации.*

Содержание темы: Жанровые и языковые особенности информации.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 6 Источники информации.*

Содержание темы: Источники информации. Понятие «бэкграундера».

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 7 Методы сбора информации.*

Содержание темы: Методы сбора и редактирования информации. Этические нормы при работе с источниками информации.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 8 Заголовки новостей.*

Содержание темы: Заголовки новостей в информационных выпусках. Значение, выбор, приемы создания.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 9 Способы привлечения аудитории к информационному контенту* .

Содержание темы: Различные формы и методы подачи кнтента: инфотейнмент, эдьютейнмент, эвент экшн и др.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 10 Этапы, технические условия создания и размещения информационных материалов.*

Содержание темы: Этапы, технические условия создания и размещения информационных материалов.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 11 Технология проектной деятельности в PR.*

Содержание темы: Технология проектной деятельности в PR.Специфика разработки проекта.Основы управления рекламным проектом.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 12 Оценка эффективности рекламного проекта.*

Содержание темы: Оценка эффективности рекламного проекта.Технология управления проектной группой .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

**2 семестр**

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

Содержание темы: Основные правила подготовки и проведения различных видов информационных интервью. Метод интервью. Типология вопросов.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 Методы коммуникационной деятельности.*

Содержание темы: Методы коммуникационной деятельности. Принцип дополнительности методов. Информационный сопровождение. Значение.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 3 Командная деятельность.*

Содержание темы: Командная деятельность. Универсализация профессий в информационном производстве.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Репортаж как синтез жанров.*

Содержание темы: Репортаж как синтез жанров. Виды репортажей.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 5 Событийный репортаж как основа информационного сопровождения.*

Содержание темы: Событийный репортаж как основа информационного сопровождения. Правила раскрытия темы.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 6 Работа «в кадре».*

Содержание темы: Работа «в кадре». Стенд-ап как прием.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 7 Принципы достоверности информации.*

Содержание темы: Принципы достоверности информации.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

**3 семестр**

*Тема 1 Понятие, сущность и задачи рекламы.*

Содержание темы: Понятие, сущность и задачи рекламы.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 История возникновения и развития рекламы.*

Содержание темы: История возникновения и развития рекламы.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 3 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.*

Содержание темы: Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Виды рекламы.*

Содержание темы: Виды рекламы.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 5 Реклама в печатных СМИ.*

Содержание темы: Реклама в печатных СМИ.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 6 Реклама на радио.*

Содержание темы: Реклама на радио.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 7 Реклама на ТВ.*

Содержание темы: Реклама на ТВ.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 8 Рекламная кампания .*

Содержание темы: Рекламная кампания .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

**4 семестр**

*Тема 1 Структура коммуникационного проектирования.*

Содержание темы: Структура коммуникационного проектирования.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 Технология проектной деятельности .*

Содержание темы: Технология проектной деятельности .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 3 Предмет и объект проектирования.*

Содержание темы: Предмет и объект проектирования.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Использование непрофессиональной информации при сопровождении рекламной кампании.*

Содержание темы: Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении рекламной кампании.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

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

Содержание темы: Рекламная журналистика как один из видов профессиональной деятельности.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 6 Особенности политической, социальной телерекламы.*

Содержание темы: Особенности политической, социальной телерекламы.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

**5 семестр**

*Тема 1 Интернет как площадка для продвижения проектов.*

Содержание темы: Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 Презентация проекта.*

Содержание темы: Презентация проекта.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 3 Аудитория проекта.*

Содержание темы: Аудитория проекта.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Построение организационной структуры управления .*

Содержание темы: Построение организационной структуры управления .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 5 Команда проекта и ее состав.*

Содержание темы: Команда проекта и ее состав.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 6 Понятие кризиса.*

Содержание темы: Понятие кризиса и их виды.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

**6 семестр**

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

Содержание темы: Основные подходы к оценки эффективности рекламного проекта.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 Предмет и объект проектирования.*

Содержание темы: Предмет и объект проектирования.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 3 Построение организационной структурыПостроение организационной структуры.*

Содержание темы: Построение организационной структуры.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Функциональные обязанности участников проекта.*

Содержание темы: Функциональные обязанности участников проекта.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 5 Принципы оценки промежуточных результатов.*

Содержание темы: Принципы оценки промежуточных результатов.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 6 Основные подходы оценки эффективности.*

Содержание темы: Основные подходы оценки эффективности.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

**7 семестр**

*Тема 1 Собственный коммуникационный проект как основа ВКР.*

Содержание темы: Собственный коммуникационный проект как основа ВКР.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 Структура практической главы ВКР.*

Содержание темы: Структура практической главы ВКР.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

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

Содержание темы: Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*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: .

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 5 Структура собственного проекта для ВКР.*

Содержание темы: Структура собственного проекта для ВКР.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*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: .

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

## 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)

### *7.1 Основная литература*

1. Аржанова, К. А., Продюсирование PR-мероприятий : учебное пособие / К. А. Аржанова. — Москва : Русайнс, 2025. — 194 с. — ISBN 978-5-466-10470-7. — URL: https://book.ru/book/960493 (дата обращения: 09.09.2025). — Текст : электронный.

2. Шаравова, О. И. Организация и управление рекламной и PR-деятельностью ИКТ-компаний. Практикум для студентов бакалавриата. Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, Реклама и связи с общественностью в отрасли : учебное пособие / О. И. Шаравова, М. М. Шаравова. — Москва :МТУСИ, 2025. — 52 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/501269 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации : Учебники и учебные пособия для вузов [Электронный ресурс] - Москва : Дашков и К° , 2022 - 323 - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684408

4. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 452 с. - ISBN 978-5-9729-1821-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2172461 (дата обращения: 31.05.2026)

### *7.2 Дополнительная литература*

1. Брендинг : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2016 - 184 - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=90665

2. Потапов Ю. А., Тепляков О. В. СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 294 - Режим доступа: https://urait.ru/book/sovremennaya-press-sluzhba-447084

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

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: https://biblioclub.ru/
2. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: https://znanium.com/
3. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
4. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
5. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
6. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: https://urait.ru/
7. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
8. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
9. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

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

Основное оборудование:

- Видеосервер Premium Server
- Графическая станция Premium G5000B
- Графическая станция:процессор Intel Core i7-4770, опер. память 4*4Gb Kingston Hyper-X, жесткий диск Western Digital 4Tb,монитор NEC MultiSync PA242W, мышь проводн. лазерн. Logitech M318 (1000dpi USB, клавиатура проводн. Logitech K120 USB
- Колонки Sven Stream Light
- Комкордер Sony PMW-200
- Комплект студийного света Logocan Studio Kit-5000/8 Alpha Plus
- Микрофон Rode VideoMic Pru
- Микрофон Sony ECM-MS2
- Микрофонная петличка Sennheiser EW 112 G3
- Наушники Sony MDR 7506
- Объектив Canon EF 28mm/1.8 USM
- Объектив Canon EF 50mm
- П/К:С/бл IRU Corp, прцессор Intel Core, мат/пл intel Soc-GA1156, опер/память NCP DDR3, Видео intel HDA, Жесткий дискSeagate ST320DM000, Оптич. прив. Lite-On IHAS124, корпусIRU Corp ATX, блок.пит.LinkW
- Персональный компьютер Premium
- Петличный радиомикрофон Rode Lavalier
- Свет LOWEL
- Станция видеомонтажа iRU Corp717TWR/сист.блок iRU Corp717/монитор LG25UM58-P/клавиатура/мышь
- Стойка для микрофона
- Файловый сервер Premium Server
- Фотоаппарат Canon EOS-70D Body

Программное обеспечение:

- Microcoft Office Pro Plus 2013 MAK

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

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. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2026

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

## 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) | | |

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

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 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 | Навык : Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.зации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. | 1.9. Способы привлечения аудитории к информационному контенту | Дискуссия | Групповой проект |
| РД2 | Знание : принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.зации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. | 1.1. Понятие единого информационного пространства. | Доклад, сообщение | Групповой проект |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| РД3 | Умение : организовывать типовые мероприятия и внутренние коммуникации | 1.10. Этапы, технические условия создания и размещения информационных материалов. | Дискуссия | Групповой проект |

## 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.

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

| Сумма баллов по дисциплине | Оценка по промежуточной аттестации | Характеристика качества сформированности компетенции |
|---|---|---|
| от 91 до 100 | «зачтено» / «отлично» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90 | «зачтено» / «хорошо» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. |
| от 61 до 75 | «зачтено» / «удовлетворительно» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| от 41 до 60 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. |
| от 0 до 40 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

## 5 Примерные оценочные средства