МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
PR И РЕКЛАМА В МАСС-МЕДИА

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
заочная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «PR и реклама в масс-медиа» 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):

Булах С.П.

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	00000000010A9D50
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель:

-Формирование понимания новых направлений в практической сфере – медиаполитики и медиаменеджмента, влияющих на формирование общественного мнения и управление информационной политикой.

-Профессиональная подготовка студентов для выполнения рекламной, маркетинговой и PR деятельности в новых медиа

Задачи:

-Познакомить студентов с базовыми знаниями о функциях, направлениях и средствах осуществления рекламной и PR-деятельности применительно к массмедиа.

-Создание стратегии рекламных, маркетинговых и PR кампаний на основе полученных знаний;

-Формирование практических навыков; подготовка рекламных материаов для этих кампаний.

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		
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Приоритет духовного над материальным	Креативное мышление Инициативность
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Воспитание чувства долга и ответственности перед семьей и обществом	Гражданственность	Внимательность к деталям
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		

Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи	Созидательный труд	Настойчивость и упорство в достижении цели
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Воспитание культуры диалога и уважения к мнению других людей	Достоинство Справедливость	Жизнелюбие Доброжелательность и открытость

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Проектная деятельность в рекламе и PR» является дисциплиной части Блока учебного рабочего плана, формируемого участниками образовательных отношений направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и направления 42.03.04 "Телевидение".

Для освоения дисциплины студенты используют знания, умения, навыки, сформированные при изучении таких дисциплин, как «Основы рекламы и PR», «Технологии брендинга в масс-медиа», «Основы журналистики».

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 обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЗФО	Б1.В	3	4	13	4	8	0	1	0	131	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ЗФО

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 ЗФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Реклама в масс-медиа	РД1, РД3	2	4	0	66	Опрос
2	PR в масс-медиа	РД2, РД3	2	4	0	65	Опрос
Итого по таблице			**4**	**8**	**0**	**131**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ЗФО

Тема 1 Реклама в масс-медиа.

Содержание темы: Современные рыночные тренды медиа-коммуникаций. Классификация медиа. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности (фотожурналистика, журналистика, радио, пресса, телевидение, книгоиздательство, интернет, фотография, кинобизнес. Информационно-коммуникационное пространство как обязательный атрибут социальной реальности.Его социальное содержание и смысл. Революционные перемены в содержании информационно-коммуникационное пространства в период Нового времени. Создание новых видов медиа. Определение понятия «информация». Роль информации в жизни человека и общества. Функциональная и атрибутивная концепции информации. Информационное общество: кардинальные перемены в подходах и отношении к информации. Информация как материальный актив общества. Медиаструктуры как система информации и как коммуникация. Процессы глобализации и медиа. Мультимедиа как феномен культуры, средство коммуникаций и культурного обмена. Социально-психологические функции массмедиа в современном обществе и современные тенденции. итуационный анализ. Внутренние и внешние факторы при проведении ситуационного анализа в социологическом исследовании. Базовые и оценочные исследования. Методики системного анализа. Принципы формирования фокус-групп и основные этапы исследования. Критерии.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Мониторинг редакционно-издательских структур.

Тема 2 PR в масс-медиа.

Содержание темы: Осуществление проектов в зависимости от вида медиа. Объемы работ и виды работ. Стоимость отдельных работ, отдельных частей или фаз проекта, проекта в целом, издержки и расходы. Система управления рекламным и ПР-проектом в различных медиасферах. Этапы работы. Правовые и этические нормы деятельности в медиапространстве. Медиаэтические проблемы современности и личность. Этические требования к содержанию рекламной продукции и социальным проектам. Институциональные исследования массовой коммуникации: СМИ и власть. Электоральные исследования. Аудиторные исследования. Маркетинговые исследования. Академические и индустриальные исследования. Исследовательские проекты. Анализ различных знаковых систем и коммуникативных ситуаций. Различные сегменты медиаконтента: журналистский, медиапользовательский (аудиторный), рекламный, ретрансляционный. Теория «порождения» текста. Медиаконтент как отражение интересов и позиций. Сущностные характеристики медиасреды: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность. Состав и структура медиасреды.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Мониторинг редакционно-издательских структур.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование практико-ориентированных компетенций в сфере медиа-коммуникаций и предполагает большой объем выполнения самостаятельных работ. Важно в процессе обучения сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга, а также развить интерес к исследованию рыночных процессов в интернете, что призвано сформировать компетенции стимулирования творческого подхода к работе в области продвижения в интернете.

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. Шарков, Ф. И. Медиаполитика и общественное мнение в медиапространстве : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт ; под ред. Ф. И. Шаркова ;Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 212 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720308 (дата обращения: 20.05.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-06058-8. – Текст : электронный.

2. 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)

3. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-2608-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2226891 (дата обращения: 31.05.2026)

7.2 Дополнительная литература

1. Захарова, Л. Л. Реклама и PR в профессиональной деятельности : методические указания / Л. Л. Захарова. — Москва : ТУСУР, 2023. — 16 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/394178 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Реклама и PR. Смена стратегий в новую эпоху : Научные монографии [Электронный ресурс] - Москва|Берлин : Директ-Медиа , 2021 - 200 - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=602505

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. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Электронно-библиотечная система "УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН"
5. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
7. 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:

- Видеокамера Sony PXW-X200
- Видеосервер Premium Server
- Вспышка Nissin Di-866 Mark For Canon
- Графическая станция №2 в составе: с/блок Desten eXtreme300H
- 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
- Держатель для микрофона
- Жалюзи вертикальные (1,4х2,24) цвет Венера техно золото
- Камкордер HD JVC GY-HM66OE

- Колонки Sven Stream Light
- Комкордер Sony PMW-200
- Комплект операторского света L600 с диммерами и шторками
- Комплект студийного света Logocan Studio Kit-5000/8 Alpha Plus
- Микрофон Rode VideoMic Pru
- Микрофон Shure PG42USB
- Микрофон Sony ECM-MS2
- Микрофонная петличка Sennheiser EW 112 G3
- Мультимедийный комплект №2 в составе:проектор Casio XJ-M146,экран 180*180,крепление потолочное
- Наушники Sennheiser HD 215
- Наушники Sony MDR 7506
- Объектив Canon EF 24-105 mm
- 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
- Пылесос LG-V-K70601NU
- Свет LOWEL
- Система аудиовизуального представления информации
- Станция видеомонтажа iRU Corp717TWR/сист.блок iRU Corp717/монитор LG25UM58-P/клавиатура/мышь
- Стедикам Glidecam HD-2000
- Стойка для микрофона
- Файловый сервер Premium Server
- Фотоаппарат Canon EOS-70D Body
- Штатив Libec TH-650DV
- Штативная система Acebil P-350GX

Программное обеспечение:

- Adobe Creative Cloud for teams

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

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

PR И РЕКЛАМА В МАСС-МЕДИА

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
заочная

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
Заочная форма обучения				
РД1	Знание : Знание типовых алгоритмов реализации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественность	1.1. Реклама в масс-медиа	Опрос	Опрос
РД2	Умение : определять необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов достижения	1.2. PR в масс-медиа	Опрос	Опрос
РД3	Навык : понимать имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов	1.1. Реклама в масс-медиа	Опрос	Опрос
		1.2. PR в масс-медиа	Опрос	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.

Промежуточная аттестация по дисциплине «PR и реклама в масс-медиа» включает в себя оценку теоретических заданий, позволяющие оценить уровень усвоения знаний студентами, и оценку творческих заданий, выявляющих степень сформированности умений и владений.

Усвоенные знания и освоенные умения проверяются при помощи опроса на практическом занятии в виде вопросно-ответной формы (собеседование) и мини контрольной работы на 15-20 минут, умения и владения проверяются в ходе моделирования элементов профессиональной деятельности в области связей с общественностью.

Объем и качество освоения дисциплины студентами, уровень сформированности дисциплинарных компетенций оцениваются по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять творческие 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 на среднем уровне: 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 на базовом уровне: 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»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Планируемые результаты обучения* (показатели достижения за	**Критерии оценивания результатов обучения**				
	1	2	3	4	5

данного уровня освоения компетенций)					
Знает:	• Не знает: потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов. Не понимает целей и задач профессиональной деятельности. Не способен ясно изложить свои мысли.	Фрагментарно знает: потребности общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов. Демонстрирует несистемные знания предмета. Не способен выделить основные цели и задачи связей с общественностью	Не достаточно полно знает: потребности общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов. Допускает существенные ошибки в суждениях о природе коммуникационной деятельности. Не глубоко, часто поверхностно рассуждает о содержании профессиональной деятельности в области связей с общественностью. Не может аргументировать теоретические основы PR.	В целом и достаточно полно знает: потребности общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов. понимает цели и задачи профессиональной деятельности. Хорошо знает категориальный аппарат, иногда встречаются погрешности в определениях.	Глубоко и системно знает: потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов. понимает цели и задачи профессиональной деятельности. Знает категориальный аппарат, умеет правильно применять профессиональные термины, демонстрирует понимание сущности связей с общественностью.
Умеет:	Не умеет: Использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или ПР-продукта в медиа-среде; Не имеет представления о терминах и понятиях в масс-медиа. Не умеет формулировать свои мысли относительно изучаемого предмета.	Фрагментарно и не системно выделяет основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или ПР-продукта в медиа-среде;; Не умеет использовать теоретические знания для описания практик и медиа-коммуникаций. Не понимает сущности профессиональной деятельности	Неполно и неточно умеет выделять основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или ПР-продукта в медиа-среде; Не умеет анализировать процессы и результаты профессиональной деятельности. Не умеет применять теоретические знания для анализа резу	В целом умеет: выделять основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или ПР-продукта в медиа-среде; Достаточно профессионально умеет: анализировать процессы и результаты профессиональной деятельности. В целом правильно, с небольшими погрешностями, умеет использовать категориальный аппарат.	Системно и полно умеет: выделять основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или ПР-продукта в медиа-среде;. Полно и глубоко умеет анализировать процессы и результаты профессиональной деятельности. Правильно и осознанно умеет применять на практике теоретические положения.

			льтатов практической деятельности.		
Владеет:	Не владеет: профессиональными навыками распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач.. Не владеет элементарными навыками выполнения профессиональных задач.	Фрагментарно владеет: профессиональными навыками распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач. Ошибочно использует профессиональные категории. Допускает серьезные ошибки при выполнении практических заданий.	Неполно и не совсем осознанно владеет: профессиональными навыками распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач.. Иногда ошибочно использует профессиональные категории и масс-медиа.	В целом владеет: профессиональными навыками распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач. Почти безошибочно анализирует результаты профессиональной деятельности.	Системно и полно владеет: профессиональными навыками распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач.. Сознательно и свободно пользуется профессиональными категориями масс-медиа.
Шкала оценивания (соотношение с традиционными формами аттестации)	«Неудовлетвори- тельно»	«Неудовлетворительно»	«Удовлетворительно»	«Хорошо»	«Отлично»

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

5.1 Примерные темы для опроса

5.1 Контрольная работа

Пример № 1 контрольной работы по проверке знаний терминов и понятий медиа-среды

Тема: «Масс-медиа как информационная среда»

Степень трудности – средняя.

Задание - написать в правом столбце определение термина

Вариант 1. Время выполнения – 15 минут

Термин, понятие	**Формулировка содержания**
Новые медиа	
Электронное правительство	
Медиа-каналы	
Транс-медиа	
Информационная безопасность	

Вариант 2. Время выполнения – 15 минут

Термин, понятие	**Формулировка содержания**
Блогосфера	
Анкор	
Глубина просмотра	
Индексация	
Контент	

Пример № 2 контрольной работы по проверке знаний терминов и понятий масс-медиа

Тема: «Профессиональные специализации в масс-медиа»

Степень трудности – высокая.

Задание - написать в правом столбце определение термина

Вариант 1. Время выполнения 15 минут.

Краткие методические указания

Шкала оценки