

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

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. Реклама и связи с общественностью

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2020

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 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

Шульгина Н.В., кандидат исторических наук, доцент, Высшая школа кино и телевидения, Nina.Shulgina@vvsu.ru

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

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575566011
Номер транзакции	000000000496008
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 материалов 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)	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		Знание	потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов.
				Умение	Использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или PR-продукта в медиа-среде;
			Навыки	Распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и PR-задач.	
		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			

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Программа дисциплины основана на изучении истории, теории и современной практики деятельности в рекламе, PR и новых медиа.

Содержание дисциплины направлено на формирование у студентов способности анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты, и коммуникационные продукты.

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 (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес- тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.В	6	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

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- зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Масс-медиа в контексте глобализации, информатизации общества. Актуальное состояние медиа- рынка		2	4	0	9	опросы, творческие задания
2	Исторический путь становления и развития информационнокоммуникационного пространства как медиасферы.		2	4	0	9	Опрос, домашние задания
3	Информация как материальный актив современного общества.		2	4	0	9	Творческое задание, опросы, коллоквиум
4	Роль медиа во взаимодействии между властью и обществом, социумом и личностью, общностями и социальными группами.		2	2	0	8	Творческое задание, опрос, домашние задания
5	Методы аналитической деятельности в информационную эпоху.		1	2	0	9	Творческое задание, опрос, домашние задания

6	Особенности PR-кампаний в различных медиасферах.		2	4	0	9	Творческое задание, опрос, домашние задания, коллоквиум
7	Особенности осуществления этических принципов в работе в различных медиасферах.		2	4	0	9	Творческое задание, опрос, домашние задания
8	Медиаисследования: цели и проблемные поля.		1	4	0	9	Творческое задание, опрос, домашние задания
9	Медиаконтент и медиатекст как объекты изучения.		2	4	0	9	Творческое задание, опрос, домашние задания
10	Функциональные особенности различных каналов, видов, типов медиа.		2	4	0	9	Творческое задание, опрос, домашние задания
Итого по таблице			18	36	0	89	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Масс-медиа в контексте глобализации, информатизации общества. Актуальное состояние медиа-рынка.

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). Каналы массмедиа.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, обзор, тематические подборки.

Тема 2 Исторический путь становления и развития информационно-коммуникационного пространства как медиасферы.

Содержание темы: Информационно-коммуникационное пространство как обязательный атрибут социальной реальности. Его социальное содержание и смысл. Революционные перемены в содержании информационно-коммуникационного пространства в период Нового времени. Создание новых видов медиа в период Новейшего времени. Характеристика основных черт виртуального пространства как важнейшей черты современной цивилизации. Роль и место PR и рекламы в современных масс-медиа.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Чтение литературы, обзор, тематические подборки.

Тема 3 Информация как материальный актив современного общества.

Содержание темы: 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. Виды информации.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Чтение литературы, домашние задания.

Тема 4 Роль медиа во взаимодействии между властью и обществом, социумом и личностью, общностями и социальными группами.

Содержание темы: 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 развития массовых коммуникаций.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

Тема 5 Методы аналитической деятельности в информационную эпоху.

Содержание темы: Ситуационный 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 отбора респондентов.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

Тема 6 Особенности PR-кампаний в различных медиасферах.

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, задачи, единичные исследовательские, аналитические, творческие, производственные задачи и процессы.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

Тема 7 Особенности осуществления этических принципов в работе в различных медиасферах.

Содержание темы: Правовые и этические нормы деятельности в медиaprостранстве. Медиаэтические проблемы современности и личность. Этические требования к содержанию рекламной продукции и социальным проектам. .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

Тема 8 Медиаисследования: цели и проблемные поля.

Содержание темы: Институциональные исследования массовой коммуникации: СМИ и власть. Электоральные исследования. Аудиторные исследования. Маркетинговые исследования. Академические и индустриальные исследования. Исследовательские проекты.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

Тема 9 Медиаконтент и медиатекст как объекты изучения.

Содержание темы: Анализ различных знаковых систем и коммуникативных ситуаций. Различные сегменты медиаконтента: журналистский, медиапользовательский (аудиторный), рекламный, ретрансляционный. Теория «порождения» текста. Медиаконтент как отражение

интересов и позиций различных участников масс-коммуникационного процесса. .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

Тема 10 Функциональные особенности различных каналов, видов, типов медиа.

Содержание темы: Сущностные характеристики медиасреды: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность. Состав и структура медиасреды.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

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 самостоятельных 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; стимулировать творческий подход 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 персональным достижениям планируемому результату 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

7.2 Дополнительная литература

7.3 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)

PR И РЕКЛАМА В МАСС-МЕДИА

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 канала в 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

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 достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ПКВ-2.1к : Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта		Знание	потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов.	
		Умение	Использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или ПР-продукта в медиа-среде;	
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		Навыки	Распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач.	

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 : потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов.	1.1. Масс-медиа в контексте глобализации, информатизации общества. Актуальное состояние медиа-рынка	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД2	Знание : потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов.	1.2. Исторический путь становления и развития информационнокоммуникационного пространства как медиасферы.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД3	Знание : потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов.	1.3. Информация как материальный актив современного общества.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД4	Знание : потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов.	1.4. Роль медиа во взаимодействии между властью и обществом, социумом и личностью, общностями и социальными группами.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД5	Умение : Использовать основные характеристик и целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или PR-продукта в медиа-среде ;	1.5. Методы аналитической деятельности в информационную эпоху.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД6	Умение : Использовать основные характеристик и целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или PR-продукта в медиа-среде ;	1.6. Особенности PR-компаний в различных медиасферах.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов

РД7	Умение : Использовать основные характеристик и целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или PR-продукта в медиа-среде ;	1.7. Особенности осуществления этических принципов в работе в различных медиасферах.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД8	Навыки : Распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и PR-задач.	1.8. Медиаисследования : цели и проблемные поля.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД9	Навыки : Распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и PR-задач.	1.9. Медиа контент и медиатекст как объекты изучения.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
РД10	Навыки : Распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и PR-задач.	1.10. Функциональные особенности различных каналов, видов, типов медиа.	Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов

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 в ПОДИЦИЛИНЕ	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтен» / «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 66 до 90	«зачтен» / «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 65	«зачтен» / «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 сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

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 и 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