

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ МЕДИАПРОДУКТОВ В РАЗЛИЧНЫХ  
КАНАЛАХ 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  
2025

Форма обучения  
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Технологии продвижения медиапродуктов в различных каналах 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):

*Афонин А.А.*

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

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575566011
Номер транзакции	0000000000F8A949
Владелец	Булах С.П.

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

Цель: сформировать у студентов базовые теоретические и практические знания о продвижении в интернете рекламного и PR-продукта с возможностью применения полученных знаний и навыков в деятельности коммуникационных агентств и коммуникационных подразделений компаний.

Задачи: Сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с интернет - медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга;

- сформировать теоретические и практические знания, необходимые для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в интернете;
- развить интерес к исследованию рыночных процессов в интернете;
- стимулировать творческий подход к работе в области продвижения в интернете;
- сформировать у студентов навыки креативного мышления и творческий подход к реализации digital - стратегии;
- сформировать у студентов системное представление о digital - креативе;
- развить интерес к использованию креативных техник в работе.

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
-----------------------	------------------------	-------------------

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части и развивает полученные ранее знания по дисциплинам "Техника и технологии масс-медиа", "Реклама в коммуникационном пространстве". Освоение дисциплины "Технологии продвижения рекламного и PR-продукта в интернете" формирует у студента способность ориентироваться в современных рыночных трендах интернет-продвижения, в рекламных форматах и рекламных

платформах ; определять особенности рекламных носителей и интерпретирует результаты рекламных метрик.

### 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	3	55	18	36	0	1	0	53	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- зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Прак	Лаб	СРС	
1	Актуальное состояние интернет рынка.		2	4	0	6	опрос, творческон задание
2	Реклама в интернете.		2	4	0	6	активность работы в группах, обзор
3	Тексты, контексты, PR.		2	4	0	6	обзор, мониторинг, работа в группах
4	Социальные медиа.		2	4	0	6	
5	Видео.		2	4	0	6	
6	Игры.		2	4	0	6	
7	Мобильный сегмент.		2	4	0	6	
8	Маркетинг, продажи, интернет торговля.		2	4	0	6	
9	Финансирование интернет проектов.		2	4	0	5	
<b>Итого по таблице</b>			<b>18</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>53</b>	

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

*Тема 1 Актуальное состояние интернет рынка.*

Содержание темы: Карта глобального интер-нета. Локальная карта Рунета. Подходы в стратегии продвиже-ния в интернете. Мониторинг ин-тернета (поисковые инструменты), профессиональные запросы (язык, операторы), мониторинг СМИ, мониторинг эфира, мониторинг соцсетей.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, анализ.

#### *Тема 2 Реклама в интернете.*

Содержание темы: Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы открутки/агентства). Особенности государственного регулирования интернет-рекламы. Баннерная (медий-ная) реклама (форматы, особенности, ошибки). Контекстная реклама (форматы, особенности, ошибки). Применения BigData и технологий машинного обучения в работе. Принципы работы RTB.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: мониторинг, обзор.

#### *Тема 3 Тексты, контексты, PR.*

Содержание темы: Особенности функционирования интернет-СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент-анализа. Принципы работы SERM. Определение KPI и интерпретация результатов.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, презентация.

#### *Тема 4 Социальные медиа.*

Содержание темы: Особенности и отличия платформ (VK, OK, FB, Instagram, Snapchat, WeChat и т.д.). Особенности видео-сегмента в социальных медиа (YouTube). Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению. «Блогеры» и «селебритис». Принципы работы «отзовиков». Определение KPI и интерпретация результатов.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

#### *Тема 5 Видео.*

Содержание темы: Производство видео. Типы видеоконтента (новостное, вирусное, «ми-ми», ошибки). Создание и продвижение видеоканалов (YouTube, Instagram). Продажа / покупка видеоконтента. ТВ и интернет (особенности и отличия). 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

#### *Тема 6 Игры.*

Содержание темы: Игры, в роли особенного инструмента коммуникации. Мификация коммуникаций. Реклама в играх. PR в играх. Продакт-плейсмент в играх.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

#### *Тема 7 Мобильный сегмент.*

Содержание темы: Структура участников рынка (операторы, «сторы», производители приложений). Механизмы формирования мобильной аудитории. Аналитика мобильной воронки продаж. Создание и продвижение мобильных решений.

Принципы монетизации приложений. Технологии отслеживания мобильных устройств в off-line. Функционирование мес-сенджеров Telegram, WhatsApp, Viber. Создание и использование каналов / ботов. Особенности ме-дийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте. Особенности социальных медиа в мобильной среде. Видео в мобильном сегмен-те.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

#### *Тема 8 Маркетинг, продажи, интернет торговля.*

Содержание темы: Структура участников рынка (магазины, агрегаторы, бренды). Аналитика воронки про-даж. Принципы работы SEO. Тех-нологии оптимизации контента и usability. Принципы работы call tracking. Почтовые сервисы direct mail и триггерные рассылки. Ме-ханизмы систем оплаты. CRM платформы. Метрика иопределе-ние KPI.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

#### *Тема 9 Финансирование интернет проектов.*

Содержание темы: Финансирование проектов посредством crowd коммуника-ций. Электронные деньги, крипто-валюты, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.

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

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**

Изучение дисциплины направлено на понимание сущности технологического процесса, а также процесса разработки и применения технологий в сфере PR и рекламы; формирование умений использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности, что соответствует содержанию профессиональных компетенций ПК - 7 и ПК -13. Организационными формами изучения дисциплины являются: лекции, практические занятия. При чтении лекций необходимо придерживаться следующих рекомендаций: В лекциях необходимо сочетать теоретические материалы и практические примеры применения технологий проведения и организации рекламных и PR - кампаний и акций. В целях формирования у слушателей более полного предста вления о сущности, закономерных тенденциях и противоречиях функционирования коммуникативных процессов, в лекциях необходимо освещать различные направления этой отрасли в различных странах мира, показывать их особенности, уникальность той или иной технологии.

### **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. PR-дизайн и PR-продвижение : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Инфра-Инженерия , 2018 - 452 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=326346>

2. Блюмин А. М., Феоктистов Н. А. Мировые информационные ресурсы : Учебники и учебные пособия для вузов [Электронный ресурс] - Москва : Дашков и К°, 2021 - 384 - Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=684281](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684281)

3. Гойхман О.Я., Гончарова Л.М., Кошлякова М.О. и др. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : Учебное пособие [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2020 - 230 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=357570>

4. Колосова С. Звезда эфира : Прокачиваем навыки онлайн-коммуникации : Практическое пособие [Электронный ресурс] : Альпина ПРО , 2022 - 152 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=417928>

5. Распопова С. С. Прикладная этика журналиста : Учебники [Электронный ресурс] : Издательство "ФЛИНТА" , 2021 - 260 - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/182053>

6. Редькина Н.С. Информационные технологии в вопросах и ответах : Учебное пособие [Электронный ресурс] : НИЦ ИНФРА-М , 2022 - 161 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=418830>

7. Якимова О. А. Массовая коммуникация: теория и практика : Учебные пособия [Электронный ресурс] : Издательство "ФЛИНТА" , 2022 - 112 - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/231761>

### **7.2 Дополнительная литература**

1. Б.Б. Шагдарова. Интернет-реклама : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Улан-Удэ: Бурятский государственный университет , 2016 - 116 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/603246>

2. Геращенко Л. И. Социология массовых коммуникаций : Учебно-методические пособия [Электронный ресурс] : Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича , 2020 - 32 - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/180288>

3. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учеб.-метод. пособие : направление подгот. 44.03.01 Педагогическое образование, 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), уровень бакалавриата / А. В. Иванова, Т. А. Саркисян .— Сургут : РИО СурГПУ, 2019 .— 111 с. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/711078> (дата обращения: 03.05.2023)

4. Лавриненко Я.Б. Сеть интернет как канал рекламы для продвижения объектов недвижимости и сопутствующих услуг / Я. Б. Лавриненко, В. И. Тинякова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2014г. - №3 май-июнь - с.125-131

5. Эйнштейн М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете [Электронный ресурс] : Альпина Паблишер , 2017 - 301 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=333538>

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

1. Разработка мобильных приложений: с чего начать <https://habrahabr.ru/company/mailru/blog/179113/>

2. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/>

3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>

4. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <http://znanium.com/>

5. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>

6. Электронно-библиотечная система "РУКОНТ"

7. Электронно-библиотечная система "Лань" - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

8. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

9. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

10. 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:

- ТВ "HITACHI-C15LC880SNT"
- Вандоустойчивый сейф-тележка с распр.питанием д/порт.компьютеров
- Видеокамера Sony PMW-320K
- Граф/станц: С/Б Нупер РС, в/карта NVIDIA Quadro 4000, мышь/клав./монитор Beng GW2250M

- Диктофон Marantz PMD671
- Микрофон Sony ECM-MS2
- Монитор LG 29EA93
- Монитор для видеокамеры 7-дюймовый LCD
- Облачный монитор LG Electronics черный +клавиатура+мышь
- Принтер № 3 Kyocera FS-1060DN
- Станция видеомонтажа NIX 4960X/32Gb

Программное обеспечение:

- □ ACDSce
- □ Microsoft Windows 10 Professional OEM

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

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

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ МЕДИАПРОДУКТОВ В РАЗЛИЧНЫХ  
КАНАЛАХ 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  
2025

Форма обучения  
очная

Владивосток 2026

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции и	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 : принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	1.1. Актуальное состояние интернет рынка.	Контрольная работа Список вопросов
РД2	Навык : принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	1.2. Реклама в интернете	Контрольная работа Список вопросов
РД3	Навык : принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	1.3. Тексты, контексты, PR.	Контрольная работа Список вопросов
РД4	Навык : принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	1.4. Социальные медиа.	Контрольная работа Список вопросов

	олнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.			
РД5	Навык : принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	1.1. Актуальное состояние интернет рынка.	Собеседование	Список вопросов
РД6	Навык : принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	1.2. Реклама в интернете	Собеседование	Список вопросов
РД7	Навык : принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	1.3. Тексты, контексты, PR.	Собеседование	Список вопросов
РД8	Навык : принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	1.4. Социальные медиа.	Собеседование	Список вопросов
РД9	Умение : использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	1.5. Видео.	Контрольная работа	Список вопросов
РД10	Умение : использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	1.6. Игры.	Контрольная работа	Список вопросов
РД11	Умение : использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	1.7. Мобильный сегмент	Контрольная работа	Список вопросов
РД12	Умение : использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	1.8. Маркетинг, продажи, интернет торговля.	Контрольная работа	Список вопросов
РД13	Умение : использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и	1.9. Финансирование интернет проектов.	Контрольная работа	Список вопросов

	(или) реализации комму никационного продукта.			
РД14	Умение : использовать о сновные маркетинговые инструменты при плани ровании производства и (или) реализации комму никационного продукта.	1.5. Видео.	Собеседование	Список вопросов
РД15	Умение : использовать о сновные маркетинговые инструменты при плани ровании производства и (или) реализации комму никационного продукта.	1.6. Игры.	Собеседование	Список вопросов
РД16	Умение : использовать о сновные маркетинговые инструменты при плани ровании производства и (или) реализации комму никационного продукта.	1.7. Мобильный сегмент .	Собеседование	Список вопросов
РД17	Умение : использовать о сновные маркетинговые инструменты при плани ровании производства и (или) реализации комму никационного продукта.	1.8. Маркетинг, продаж и, интернет торговли.	Собеседование	Список вопросов
РД18	Умение : использовать о сновные маркетинговые инструменты при плани ровании производства и (или) реализации комму никационного продукта.	1.9. Финансирование ин тернет проектов.	Собеседование	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.

№	Баллы*	Описание качества исполнения
1.	5 баллов	Студент демонстрирует глубину и широту полученных теоретических знаний, умение их систематизировать и обобщать, увязывая с практической; привлекает дополнительную информацию, выявляя причинно-следственные связи между нею и проблемой освещаемого вопроса; свободно ориентируется в области, избранной для исследования; уверенно комментирует научные точки зрения на предмет и следования; грамотно, доходчиво и ярко формулирует свои мысли.
2.	4 балла	Студент в целом демонстрирует глубину и широту полученных теоретических знаний, умение их систематизировать и обобщать, увязывая с практической деятельностью; но не привлекает дополнительную информацию, однако выявляет причинно-следственные связи между общими закономерностями и проблемой освещаемого вопроса; достаточно свободно ориентируется в области, избранной для исследования; с разной степенью уверенности комментирует научные точки зрения на предмет исследования; грамотно, доходчиво и ярко формулирует свои мысли.
3.	3 балла	Студент демонстрирует минимум полученных теоретических знаний, не связывает их с практикой, привлекает, по возможности, дополнительную информацию; в общих чертах раскрывает суть вопроса, допуская погрешности не принципиального характера; в целом грамотно формулирует свои мысли.
4.	2балла	Студент фрагментарно демонстрирует минимум полученных теоретических знаний, не способен связать их с практикой, совершенно не привлекает дополнител

		бную информацию; не раскрывает суть вопроса, допускает погрешности принципиального характера; безграмотно и часто несвязно формулирует свои мысли.
5.	1 балл	Студент демонстрирует отсутствие теоретических знаний, не способен связать их с практикой, изложение курсового проекта представляет собой компиляцию несвязанных между собой фрагментов; демонстрирует несамостоятельность работы; безграмотно и часто несвязно формулирует свои мысли.
6.	0 баллов	Отсутствие теоретической части курсового проекта

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, обладает 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 Примерный перечень вопросов по темам

1. Чем вас заинтересовала данная тема исследования?
2. Какие работы в области рекламы и связей с общественностью отвечают вашему направлению исследования?
3. Какие источники научной информации были использованы вами и почему?
4. На какие методологические принципы вы опираетесь в своем исследовании?
5. Почему актуально ваше исследование, как оно поможет в практической деятельности?
6. Как оформляются ссылки на цитируемые и упоминаемые источники?
7. Как логически связаны между собой подразделы теоретической части курсового проекта в рамках разделов?

#### *Краткие методические указания*

Студенту необходимо ознакомиться с методическими рекомендациями по написанию курсового проекта (текст рекомендаций имеется в электронной базе ВШТ и в перечне учебных материалов ВГУЭС), также студенту необходимо познакомиться с нормативной документацией ВГУЭС (Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам. Структура и правила оформления. СК-СТО-ТР-04-1.005-2015. – Владивосток, 2015. – 46 с.), регламентирующей оформление письменных работ в университете, и с требованиями Высшей школы телевидения,

зафиксированными в методических рекомендациях по курсовому проекту ( автор – Телицына Т.В.), реализовать все требования при написании курсового проекта, быть готовым ответить на вопросы по оформлению.

*Шкала оценки*

№	Баллы*	Описание качества исполнения
1.	5 баллов	Студент демонстрирует глубину и широту полученных теоретических знаний, умение их систематизировать и обобщать, увязывая с практической; привлекает дополнительную информацию, выявляя причинно-следственные связи между нею и проблемой освещаемого вопроса; свободно ориентируется в области, избранной для исследования; уверенно комментирует научные точки зрения на предмет и следования; грамотно, доходчиво и ярко формулирует свои мысли.
2.	4 балла	Студент в целом демонстрирует глубину и широту полученных теоретических знаний, умение их систематизировать и обобщать, увязывая с практической деятельностью; но не привлекает дополнительную информацию, однако выявляет причинно-следственные связи между общими закономерностями и проблемой освещаемого вопроса; достаточно свободно ориентируется в области, избранной для исследования; с разной степенью уверенности комментирует научные точки зрения на предмет исследования; грамотно, доходчиво и ярко формулирует свои мысли.
3.	3 балла	Студент демонстрирует минимум полученных теоретических знаний, не связывает их с практикой, привлекает, по возможности, дополнительную информацию; в общих чертах раскрывает суть вопроса, допуская погрешности не принципиального характера; в целом грамотно формулирует свои мысли.
4.	2 балла	Студент фрагментарно демонстрирует минимум полученных теоретических знаний, не способен связать их с практикой, совершенно не привлекает дополнительную информацию; не раскрывает суть вопроса, допуская погрешности принципиального характера; безграмотно и часто несвязно формулирует свои мысли.
5.	1 балл	Студент демонстрирует отсутствие теоретических знаний, не способен связать их с практикой, изложение курсового проекта представляет собой компиляцию несвязанных между собой фрагментов; демонстрирует несамостоятельность работы; безграмотно и часто несвязно формулирует свои мысли.
6.	0 баллов	Отсутствие теоретической части курсового проекта