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.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат	1575566011
Номер транзакции	00000000010A4B6E
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель: с формировать 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 рыноч ных процессов в интернете;

• стимулировать творческий подход к работе в области продвижения в интернете;

• сформировать у студентов навыки креативн ого мышлени я и творческ ий подход к реализации digital - стратегии;

• сформировать у студентов системно е представлени е 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**
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Воспитание уважения к истории и культуре России	Взаимопомощь и взаимоуважение Высокие нравственные идеалы Гражданственность Гуманизм Достоинство Единство народов России Жизнь Историческая память и преемственность поколений	Гибкость мышления Активная жизненная позиция

	Коллективизм	
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Высокие нравственные идеалы Гуманизм Единство народов России	Эмоциональный интеллект Соблюдение моральных принципов
Воспитание уважения к Конституции и законам Российской Федерации	Единство народов России Историческая память и преемственность поколений	Осознание себя членом общества
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Воспитание нравственности, милосердия и сострадания	Гуманизм Права и свободы человека	Системное мышление
Формирование ответственного отношения к труду	Права и свободы человека	Дисциплинированность Трудолюбие Умение работать в команде и взаимопомощь
Развитие культуры здорового образа жизни	Взаимопомощь и взаимоуважение	Дисциплинированность Мотивированность
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Формирование осознания ценности научного мировоззрения и критического мышления	Созидательный труд Справедливость	Системное мышление Решительность
Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи	Приоритет духовного над материальным Единство народов России	Креативное мышление Уверенность
Формирование культуры интеллектуального труда и научной этики	Гуманизм Служение Отечеству и ответственность за его судьбу	Мотивированность Соблюдение моральных принципов
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Высокие нравственные идеалы Жизнь	Гуманность Индивидуальность
Формирование культуры письменной речи и делового общения	Созидательный труд Справедливость	Доброжелательность и открытость

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 интеренете" 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	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.В	6	3	55	18	36	0	1	0	53	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 ре-зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	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	
Итого по таблице			**18**	**36**	**0**	**53**	

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: мониторнг, анализ.

Тема 2 Реклама в интернете.

Содержание темы: Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы откртки/агентства). Особенности государ-ственного регулирования интер-нет рекламы. Баннерная (медий-ная) реклама (форматы, особенно-сти, ошибки). Контекстная рекла-ма (форматы, особенности, ошиб-ки). Применения BigData и техно-логий машинного обучения в ра-боте. 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: Особе н-ности функционирования интер-нет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные мет-рики и инструменты контент ана-лиза. 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 продвиже-нию. «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, вирус-ное, «ми-ми», ошибки). Создание и продвижение видеоканалов (YouTube, Instagram). Продажа / покупка видеоконтента. ТВ и ин-тернет (особенности и отличия). 3D / VR и AR, технологии ви-деотрансляций и профессиональ-ный 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. Ми-фикация 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 приложе-ний). Механизмы формирования мобильной аудитории. Аналитика мобильной воронки продаж. Со-здание и продвижение мобильных решений. Принципы монетизации приложений. Технологии отсле-живания 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 необхо димо 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. Петрова, О. А. Реклама и связи с общественностью в Интернете. Курс лекций для студентов бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения : учебное пособие / О. А. Петрова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2024. — 72 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/479291 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Сабурова, М. М. Маркетинг в работе специалиста по рекламе и PR : учебное пособие / М. М. Сабурова. — Ульяновск : УлГТУ, 2025. — 159 с. — ISBN 978-5-9795-2512-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/518789 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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. Горкина, М. Б. PR на 100% : Как стать хорошим менеджером по PR : практическое руководство / М. Б. Горкина, А. А. Мамонтов, И. Б. Манн. – 6-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 248 с. – (Серия «Бизнес на 100%). - ISBN 978-5-9614-1323-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2231300 (дата обращения: 31.05.2026)

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559859 (дата обращения: 01.09.2025).

3. Ключевская, И. С. Рекламная и PR-деятельность гостиничного предприятия : учебное пособие / И. С. Ключевская. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 359 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018645-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2137498 (дата обращения: 31.05.2026)

4. Петрова, О. А. Реклама и связи с общественностью в Интернете. Курс лекций для студентов бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения : учебное пособие / О. А. Петрова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2024. — 72 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/479291 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
6. 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 Hyper PC, 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:

- ACDSee
- 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	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 вып	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 торговля.	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, у мение их систематизировать и обобщать, увязывая с практической; привлекает д ополнительную информацию, выявляя причинно-следственные связи между нею и проблемой освещаемого вопроса; свободно ориентируется в области, избранно й для исследования; уверенно комментирует научные точки зрения на предмет и сследования; грамотно, доходчиво и ярко формулирует свои мысли.
2.	4 балла	Студент в целом демонстрирует глубину и широту полученных теоретических з наний, умение их систематизировать и обобщать, увязывая с практической деяте льностью; но не привлекает дополнительную информацию, однако выявляет при чинно-следственные связи между общими закономерностями и проблемой осве щаемого вопроса; достаточно свободно ориентируется в области, избранной для исследования; с разной степенью уверенности комментирует научные точки зре ния на предмет исследования; грамотно, доходчиво и ярко формулирует свои мы сли.
3.	3 балла	Студент демонстрирует минимум полученных теоретических знаний, не связыва ет их с практикой, привлекает, по возможности, дополнительную информацию; в общих чертах раскрывает суть вопроса, допуская погрешности не принципиаль ного характера; в целом грамотно формулирует свои мысли.
4.	2балла	Студент фрагментарно демонстрирует минимум полученных теоретических зна ний, не способен связать их с практикой, совершенно не привлекает дополнител

		ьную информацию; не раскрывает суть вопроса, допускает погрешности принци пиального характера; безграмотно и часто несвязно формулирует свои мысли.
5.	1 балл	Студент демонстрирует отсутствие теоретических знаний, не способен связать и х с практикой, изложение курсового проекта представляет собой компиляцию не связанных между собой фрагментов; демонстрирует несамостоятельность работ ы; безграмотно и часто несвязно формулирует свои мысли.
6.	0 баллов	Остутствие теоретической части курсового проекта

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

Сумма балло в по дисципли не	Оценка по промеж уточной аттестаци и	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обна руживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала , усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекоме ндованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, пред усмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, уме ниями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: осно вные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточн ости, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на н овые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворитель но»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в хо де контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется о тсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным к омпетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировани и знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворите льно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недос таточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворите льно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или прак тически 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, у мение их систематизировать и обобщать, увязывая с практической; привлекает д ополнительную информацию, выявляя причинно-следственные связи между нею и проблемой освещаемого вопроса; свободно ориентируется в области, избранно й для исследования; уверенно комментирует научные точки зрения на предмет и сследования; 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 деят ельностью; но не привлекает дополнительную информацию, однако выявляет п ричинно-следственные связи между общими закономерностями и проблемой ос вещаемого вопроса; достаточно свободно ориентируется в области, избранной д ля исследования; с разной степенью уверенности комментирует научные точки з рения на предмет исследования; грамотно, доходчиво и ярко формулирует свои мысли.
3.	3 балла	Студент демонстрирует минимум полученных теоретических знаний, не связыва ет их с практикой, привлекает, по возможности, дополнительную информацию; в общих чертах раскрывает суть вопроса, допуская погрешности не принципиаль ного характера; в целом грамотно формулирует свои мысли.
4.	2балла	Студент фрагментарно демонстрирует минимум полученных теоретических знан ий, не способен связать их с практикой, совершенно не привлекает дополнитель ную информацию; не раскрывает суть вопроса, допускает погрешности принци пиального характера; безграмотно и часто несвязно формулирует свои мысли.
5.	1 балл	Студент демонстрирует отсутствие теоретических знаний, не способен связать и х с практикой, изложение курсового проекта представляет собой компиляцию не связанных между собой фрагментов; демонстрирует несамостоятельность работ ы; безграмотно и часто несвязно формулирует свои мысли.
6.	0 баллов	Остутствие теоретической части курсового проекта