

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Наименование дисциплины (модуля)

Профессионально-творческие мастерские (рекламный проект)

### Наименование ОПОП ВО

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

### Цели и задачи дисциплины (модуля)

#### Цель освоения дисциплины :

сформировать систематизированное представление о деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью в условиях современной системы масс-медиа; освоить в полном объеме правила и методы создания информационного и информационно-аналитического контента и познакомить с технологией проектного метода.

#### Задачи курса:

- приобретение навыков поиска и анализа информации для создания информационного контента телеэфира;
- приобретение навыков создания журналистских материалов информационного, аналитического, художественно-публицистического вещания в условиях трансформации жанровой системы;
- освоение правил и требований для работы корреспондента, репортера, редактора, ведущего прямого эфира;
- приобретение основных навыков работы теле- и звукорежиссёров, операторов, продюсеров, сценаристов, специалистов монтажа.

### Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения 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	РД1	Знание	Основных исторических этапов развития проектной деятельности; основных теоретических подходов к определению понятия проект; основных характеристик и измерений проекта; элементов проектной деятельности; классификации проектов. специфика проектирования как творческого процесса; методов управления творческой деятельностью; методов управления творческими коллективами.
		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	РД4	Умение	Создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
		ПКВ-2.3к : Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний	РД5	Умение	Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний
		ПКВ-2.4к : Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	РД6	Навыки	Применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде

ПКВ-4 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКВ-4.3к : Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	РД2	Навыки	Навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами изучения целевой аудитории; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого процесса.
УК-2 : Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1в : Определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов их достижения	РД3	Умение	Разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевой плана-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами.
		РД7	Умение	определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	УК-2.2в : Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов	РД8	Знание	имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов
	УК-2.4в : Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	РД9	Умение	Формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение

	УК-3 : Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1в : Определяет и принимает необходимую для успешной реализации проекта роль в зависимости от профессиональной области реализации проекта	РД10	Умение	осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
--	--	--	------	--------	--

## Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

### 1 семестр

- 1) Понятие единого информационного пространства.
- 2) Понятие «информации». Характеристики «новостной» информации.
- 3) Информационный повод
- 4) Общие принципы построения новости. Обязательные вопросы. Схема «перевернутой пирамиды».
- 5) Жанровые и языковые особенности информации
- 6) Источники информации. Понятие «бэкграундера».
- 7) Методы сбора и редактирования информации. Этические нормы при работе с источниками информации
- 8) Заголовки новостей в информационных выпусках. Значение, выбор, приемы создания.
- 9) Способы привлечения аудитории к информационному контенту
- 10) Различные формы и методы подачи контента: инфотейнмент, эдьютейнмент, эвент экшн и др.
- 11) Этапы, технические условия создания и размещения информационных материалов.
- 12) Технология проектной деятельности в PR
- 13) Специфика разработки проекта
- 14) Основы управления рекламным проектом.
- 15) Технология управления проектной деятельностью.
- 16) Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.
- 17) Оценка эффективности рекламного проекта.
- 18) Технология управления проектной группой

### 2 семестр

- 1) Основные правила подготовки и проведения различных видов информационных интервью.
- 2) Методы коммуникационной деятельности. Принцип дополнительности методов
- 3) Метод интервью. Типология вопросов.
- 4) Информационный сопровождение. Значение.
- 5) Командная деятельность. Универсализация профессий в информационном производстве
- 6) Информационное сопровождение. Итоговое занятие.
- 7) Репортаж как синтез жанров. Виды репортажей.
- 8) Событийный репортаж как основа информационного сопровождения. Правила раскрытия темы
- 9) Работа «в кадре». Стенд-ап как прием
- 10) Принципы достоверности информации.

### **3 семестр**

- 1) Понятие, сущность и задачи рекламы
- 2) История возникновения и развития рекламы
- 3) Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
- 4) Виды рекламы.
- 5) Реклама в печатных СМИ
- 6) Реклама на радио
- 7) Реклама на ТВ
- 8) Реклама в сети Интернет
- 9) Рекламная кампания

### **4 семестр**

- 1) Структура коммуникационного проектирования
- 2) Технология проектной деятельности
- 3) Предмет и объект проектирования
- 4) Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении рекламной кампании
- 5) Рекламная журналистика как один из видов профессиональной деятельности.
- 6) Особенности политической, социальной телерекламы

### **5 семестр**

- 1) Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов
- 2) Презентация проекта
- 3) Аудитория проекта
- 4) Построение организационной структуры управления
- 5) Команда проекта и ее состав.
- 6) Понятие кризиса

### **6 семестр**

- 1) Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта.
- 2) Предмет и объект проектирования
- 3) Построение организационной структуры
- 4) Функциональные обязанности участников проекта
- 5) Принципы оценки промежуточных результатов
- 6) Основные подходы оценки эффективности

### **7 семестр**

- 1) Собственный коммуникационный проект как основа ВКР
- 2) Структура практической главы ВКР
- 3) Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР
- 4) Определение проблематики собственного коммуникационного проекта для ВКР
- 5) Структура собственного проекта для ВКР
- 6) Защита плана коммуникационного проекта для ВКР

### **Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы**

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 по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- ёмкость  (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.ДВ.А	1	2	37	0	36	0	1	0	35	3
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.ДВ.Б	2	2	37	0	36	0	1	0	35	3
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.ДВ.В	3	2	37	0	36	0	1	0	35	3
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.ДВ.Г	4	2	37	0	36	0	1	0	35	3
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.ДВ.Д	5	2	37	0	36	0	1	0	35	3
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.ДВ.Е	6	4	55	0	54	0	1	0	89	ДЗ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ОФО	Б1.ДВ.Ж	7	2	33	0	32	0	1	0	39	3

**Составители(ль)**

*Ушанов П.В., доктор филологических наук, профессор, Высшая школа кино и телевидения, Pavel.Ushanov08@vvsu.ru*