




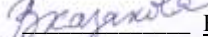
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»



(подпись) Т.Д. Лыкова
(ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа



(подпись) В.А. Казакова
(ФИО.)
«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Современные издательские технологии в рекламном процессе
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль Реклама и связи с общественностью
Форма подготовки очная

курс 4 семестр 7
лекции 18 час.
практические занятия 36 час.
лабораторные работы не предусмотрены
в том числе с использованием МАО
всего часов аудиторной нагрузки 54 час.
в том числе с использованием МАО
самостоятельная работа 54 час.
в том числе на подготовку к экзамену 36 час.
контрольные работы не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены
зачет не предусмотрен
экзамен 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями
Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки
РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа,
протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор департамента: канд. полит. наук В.А. Казакова
Составитель: канд. тех. наук, Т.Д. Лыкова

Владивосток
2019

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____ В.А.Казакова
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____ В.А.Казакова
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью изучения дисциплины является приобретение студентом знаний о современных издательских технологиях, их применении в рекламном процессе.

Задачи:

Для достижения поставленной цели выделяются следующие задачи курса:

- изучение основных издательских технологий, номенклатуру издательской продукции;
- издательских процессах, их реализации и применении в рекламном процессе, об истории развития отрасли, о характеристике издательских технологий, основных редакционных, технологических процессах, материалах (допечатных, печатных и брошюровочно-переплетных) и применяемом оборудовании для создания печатных версий продукции;
- понимание специфики взаимоотношений между издательством и рекламным агентством;
- овладение практическими умениями и навыками использования прикладных программных и аппаратных средств для создания печатных изданий;
- развитие у студентов навыков контроля и оценки качества печатных и электронных средств информации.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП.

| Наименование категории (группы) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции выпускника | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|--|--|---|
| Системное и критическое мышление | УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.1. Знает, как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач УК-1.2. Умеет сравнивать возможные варианты решения, оценивать их преимущества и недостатки, формулировать собственную позицию в рамках поставленной задачи. |

| | | |
|--|--|--|
| | | УК-1.3. Владеет навыками использования поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач; способностью формировать собственное мнение, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи |
|--|--|--|

- **Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:**

| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|---|--|---|
| Продукт профессиональной деятельности | ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | <p>ОПК-1.1. Знает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>ОПК-1.2. Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых.</p> <p>ОПК-1.3. Владеет навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных</p> |

| | | |
|-------------------|--|---|
| <p>Культура</p> | <p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> | <p>знаковых систем</p> <p>ОПК-3.1. Знает особенности межкультурной коммуникации; основные достижения в области литературы и искусства. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Умеет учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p> <p>ОПК-3.3. Владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры</p> |
| <p>Технологии</p> | <p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> | <p>ОПК-6.1. Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-6.2. Умеет определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.3. Владеет навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
|--|--|--|

- Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

| Задача профессиональной деятельности | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции |
|--|---|--|---|
| Тип задач профессиональной деятельности: авторский | | | |
| Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации | текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. | ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста ПК-4.2. Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-4.3. Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании |
| Тип задач профессиональной деятельности: проектный | | | |
| Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного | текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной | ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и | ПК-8.1 Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов |

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p>коммуникационный продукт, адресованный разным целевым группам/группам общественности</p> | <p>(или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p>и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-8.2 Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта</p> <p>ПК-8.3 Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта</p> |
|---|---|---|---|

I СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекции (18 часов)

РАЗДЕЛ I. Издательский бизнес (10 часов)

Тема 1. Книгоиздание в системе современного книжного дела (1 час)

Современное книжное дело, его основные составные части: издательское дело, полиграфия, книжная торговля, библиография и библиотечное дело.

Книгоиздание - ведущая, основная составная часть книжного дела. Органическое сочетание в издательском деле творческих задач, связанных с формированием направления деятельности, замыслом издания или серии изданий, подбором и работой с автором, созданием издательского оригинала и др., с одной стороны, и предпринимательской активности как основы стратегии книжного маркетинга, с другой.

Тема 2. Масштабы современного мирового книгоиздания (2 часа)

Усиление внимания издателей к вопросам экономики в условиях работы в рыночной ситуации. Издательский предпринимательский риск.

Взаимоотношения книгоиздания с другими субъектами книжного дела. Перенос значительного числа допечатных процессов из полиграфии в издательство. Усиление коммерческих начал в работе издательств по реализации выпускаемой продукции через различные каналы распространения. Повышение роли библиотек, в том числе школьных, как организованного рынка реализации издательской продукции.

Библиография как информационная составляющая анализа и прогнозирования развития творческой и производственной деятельности издательств.

Тема 3. Правовые основы издательского дела (2 часа)

Нормативно-правовая база издательского дела в современной России.

Характеристика основных законодательных актов в области издательского дела. Подзаконные акты, регулирующие правовые основы работы издательств в современных условиях.

Постановление Совета Министров - Правительства РФ от 8 июня 1993 г. № 542 «О внесении изменений в постановление Совета Министров РСФСР от 17.04.91 г. № 211 «О регулировании издательской деятельности в РСФСР».

Характеристика других законов, принятых в развитие основополагающих законодательных актов: Законы РФ «Об авторском праве

и смежных правах», «Об обязательном экземпляре документов», «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания в Российской Федерации» и др.

Постановления Правительства Российской Федерации и другие нормативные документы, направленные на развитие и поддержку книгоиздания. Объективная необходимость принятия специального Закона РФ «Об издательском деле в Российской Федерации» с целью обеспечения надежной правовой основы дальнейшего развития издательской системы страны, формирования института издательского права.

Тема 4. Современная издательская система России (2 часа)

Роль и значение закона РФ «О средствах массовой информации» для развития издательской системы России. Динамика роста издательских образований с 1991 г. Разнообразие масштабов деятельности вновь образованных структур, форм собственности, направлений творческого развития, характера коммерческой деятельности.

Количественные и качественные показатели издательской системы России, размещение издательств по территории страны, сравнительные данные по группам издательств. Переход от государственной системы к преимущественно негосударственной издательской системе.

Основные факторы формирования современной издательской системы в России: демократизация общественной жизни (свобода слова и печати), переход к рыночным методам хозяйствования, использование новых информационных технологий.

Характеристика крупнейших негосударственных издательств современной России.

Тема 5. Издательство и государство (1 час)

Две противоположные тенденции во взаимоотношениях издателя с государством: с одной стороны, стремление издателя избавиться от зависимости от государства, с другой - нужда в государственной поддержке, в содействии в решении многих юридических, экономических и организационных вопросов. Среди них - законодательная деятельность в области авторского и издательского права, обеспечения свободы печати и беспрепятственного передвижения изданий.

Флорентийское соглашение о беспошлинном ввозе книг и товаров для их изготовления. Совпадение интересов государства и издательства в случаях развития экспортной деятельности, пропаганды за рубежом достижений страны, распространения знаний о ее исторических особенностях и пр.

Миссия государства по стимулированию чтения, изучения национального языка, по содействию развитию отдаленных территорий.

Замена государственного управления издательским делом деятельностью общественных организаций - ассоциаций, союзов, обществ и пр. Краткие сведения об организационной структуре и принципах работы Международной ассоциации издателей, национальных, региональных и профессиональных ассоциаций издателей, книготорговцев, полиграфистов, книголюбов.

Тема 6. Редактор в современном издательстве (1 час)

Объективная закономерность возрастания роли редактора в условиях рыночной экономики. Редактор как основная фигура, формирующая творческую доминанту издательства, определяющая главные направления тематического планирования, перспективы развития редакционно-издательского процесса.

Редактор и автор. Основы творческих взаимоотношений. Редактор как генератор идей будущего издания, а нередко - и автор, реализующий собственный замысел.

Редактор в системе маркетинга. Знание рынка и использование его как основа творческой и организационной деятельности редактора.

Редактор - менеджер, руководитель и диспетчер всего процесса создания книги - от зарождения замысла будущего издания до момента встречи с читателем. «Истинный редактор - талант уникальный, совмещающий в себе особую склонность к деятельности одновременно руководителя и ассистента, референта и психотерапевта. Своеобразный «спарринг-партнер», мозг, представляющий собой как бы фантастический компьютер, на котором просчитывается прочность наших замыслов и выдаются четкие, далеко идущие прогнозы» (М. Захаров).

Редактор и компьютер. Перспективы использования современных информационных технологий в издательском деле.

Тема 7. Современное состояние издательского дела за рубежом (1 час)

Общие показатели мирового книгопроизводства. Характеристика издательской деятельности отдельных книгоиздающих стран. Рейтинг европейских, североамериканских и азиатских стран по основным показателям книжного выпуска.

Мировая издательская система. Постоянный рост количества издательств в мире - закономерность конца XX в.

Особенности издательских систем в крупных книгоиздающих странах. Процессы концентрации производства в книжном деле. Развитие малого и среднего бизнеса, его влияние на увеличение выпуска продукции по отдельным предметным рубрикам.

Характеристика издательской продукции зарубежных издательств. Специфические проблемы развития книгоиздательской деятельности в развивающихся странах, особенно в странах Африки. Роль ЮНЕСКО в ликвидации неграмотности и создании издательской инфраструктуры в странах Африки, Азии, Латинской Америки.

РАЗДЕЛ II. Перспективы развития издательского дела и мультимедийные технологии (8 часов)

Тема 1. Перспективы развития издательского дела. (1 час)

Статистические данные о развитии мирового книгоиздания и сопоставление их с прогнозами 60-х годов (Маклюэн и др.). Издательская продукция в современном мире и ее соотношение с другими формами информационного обслуживания. Союз мультимедийных технологий и издательской продукции как основа научно-технического прогресса в книжном деле. Расширение возможностей использования компьютерной техники для ускорения, улучшения и повышения эффективности выпуска и распространения книжных изданий.

Тема 2. Электронная книга (2 часа)

Развитие новых форм книжных изданий с использованием электронных аналогов (комбинированные издания: книга - компакт-кассета, книга - видеофильм, книга - компакт-диск и пр.). Создание параллельных версий справочных изданий в форме книги компакт-дисков (например, «Букс ин принт», энциклопедия «Британика», база данных реферативного журнала «Кэмикл Эбстрактс» и пр.). Другие формы электронных изданий.

Перспективы длительного существования и успешного применения человеком книги в ее традиционных формах. Оценка прогнозов о будущем книги.

Тема 3. Понятие мультимедиа-технологии. (3 часа)

Мультимедиа-издательства и мультимедиа-продукты Основные принципы и возможности. Средства мультимедиа-технологии.

Тема 4. Этапы и технология создания мультимедиа-продуктов. (2 часа)

Планирование. Разработка и создание мультимедиа проекта. Тестирование и поставка проекта.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (36 часов)

Занятие 1. Изучение основных количественных показателей мирового книгоиздания (2 часа).

Занятие 2. Анализ отчета Книжной палаты РФ с целью выявления спроса на рынке (3 часа).

Занятие 3. Количественные и качественные показатели издательской системы России, размещение издательств по территории страны, сравнительные данные по группам издательств. (4 часа).

Занятие 4. Анализ издательской деятельности отдельных стран (5 часов)

Занятие 5. «Подготовить композицию из нескольких изображений в Adobe Photoshop - макет страницы презентации о рекламных агентствах на выбор студента». (5 часов)

Цель занятия: научиться готовить композицию.

План занятия:

1. Студенты должны разработать графическое решение пользовательского интерфейса, содержащего поле заголовка, логотип, блок управления (меню), информационное поле.

2. Найти объединяющее композиционное решение.

3. Используя многослойную структуру изображения создать несколько вариантов заполнения информационного поля - моделирование выбора из меню.

Занятие 6. Анализ динамики себестоимости акцидентной продукции в зависимости от способов отделки. (4 часа)

Занятия проводится в интерактивной форме: групповое творческое задание. Задание: группа делится на 4 подгруппы по 5-6 человек. В ходе проблемной дискуссии приводится для примера несколько издательств, специализирующихся на выпуске акцидентной (рекламной) продукции и проводится углубленный анализ их деятельности:

- Общая оценка динамики себестоимости издательской продукции.
- Выбор полиграфических материалов.
- Составление технологической производственной линии.

Занятие 7. Посещение типографии для ознакомления с изученными технологиями и оборудованием на практике. (4 часа).

Занятие 8. Производство продукции: буклет, книга в мягкой обложке, в твердой обложке, журнала (4 часа).

Занятие 9. Способы послепечатной отделки продукции (1 час).

Занятие 10. Специальные способы печати (2 часа).

Занятие 11. Анализ примеров отпечатанной продукции по заказу рекламного агентства. (2 часа)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Современные издательские технологии в рекламном процессе» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

| № п/п | Контролируемые разделы дисциплины | Коды и этапы формирования компетенций | | Оценочные средства | |
|----------|---|--|---|------------------------------|--------------------------------------|
| | | | | текущий контроль | промежу- точная аттестаци я |
| 1 | РАЗДЕЛ I. Издательский бизнес | УК-1 | <p>УК-1.1 знает: как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач</p> <p>УК-1.2 умеет: сравнивать возможные варианты решения, оценивать их преимущества и недостатки, формулировать собственную позицию в рамках поставленной задачи. социальных программ</p> <p>УК-1.3 владеет: навыками использования поиска,</p> | УО-3 доклад, сообщение | Экзамен Вопросы 1- 18 |

| | | | | | |
|--|---|-------|---|--|--|
| | | | критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач; способностью формировать собственное мнение, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи | | |
| | | ОПК-1 | ОПК-1.1 знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ | | |
| | ОПК-1.2 умеет: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых. | | | | |
| | ОПК-1.3 владеет: навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) | | | | |

| | | | | | |
|---|--------------------------|--------|---|-----------------|--------------------|
| | | | коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | | |
| | | ОПК-3 | Опк-3.1 знает: особенности межкультурной коммуникации; основные достижения в области литературы и искусства. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса | | |
| | | | Опк-3.2 умеет: учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | | |
| | | | Опк-3.3 владеет: навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры | | |
| 2 | Раздел II Перспективы | ОПК-6. | Опк-6.1 знает: современные технические | УО-3 Доклад, | Экзамен Вопросы |

| | | | | | |
|--|--|-------------|---|---|--------------|
| | <p>развития издательского дела и мультимедий- ные технологии</p> | | <p>средства и информационно- коммуникационные технологии</p> <p>ОПК- 6.2 умеет: определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК- 6.3 владеет: навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно- коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> | <p>сообщение ПР-13 Творческое задание</p> | <p>10-21</p> |
| | | <p>ПК-4</p> | <p>ПК-4.1 знает: основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR- текста</p> <p>ПК-4.2 умеет: коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям</p> | | |

| | | | | | |
|--|--|------|--|--|--|
| | | | <p>с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> | | |
| | | | <p>ПК-4.3 владеет: навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> | | |
| | | ПК-8 | <p>ПК-8.1 знает: понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> | | |
| | | | <p>ПК-8.2 умеет: разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта</p> | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | ПК-8.3 владеет: навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта | | |
|--|--|--|--|--|--|

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Современное медиапространство России : учебное пособие для вузов / И. М. Дзялошинский. Москва : Аспект Пресс, 2015. 310 с. <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:806203&theme=FEFU>
2. Медиапланирование. Теория и практика : учебное пособие для вузов / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина Москва ЮНИТИ-ДАНА 2014. 495 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:725031&theme=FEFU>
3. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений / Марк Смикиклас ; [пер. с англ. А. Литвинов]. Санкт-Петербург Питер2014150с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780215&theme=FEFU>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Кузин, С. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении [Электронный ресурс] / Сергей Кузин, Олег Ильин. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. — 258 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=521633>

2. Лазарев, Д. Презентация: Лучше один раз увидеть! [Электронный ресурс] / Дмитрий Лазарев. — 3-е изд. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. — 126 с. + цв. вкл. 16 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519193>

3. Лазарев, Д. Корпоративная презентация: Как продать идею за 10 слайдов [Электронный ресурс] / Дмитрий Лазарев. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 304 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519796>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office Professional Plus 2010 (PowerPoint, Word), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студентам при освоении дисциплины «Современные издательские технологии в рекламном процессе» необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины (далее - РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимся на образовательном портале и сайте кафедры, с графиком консультаций преподавателей кафедры.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс)

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания кафедры. Студентам необходимо перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы.

Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции, перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций).

Подготовка и выполнение практических заданий.

По каждой теме дисциплины предлагаются вопросы и практические задания. Перед выполнением заданий необходимо изучить теорию вопроса, предполагаемого к исследованию. Самостоятельная работа студентов заключается:

- в подготовке к практическим занятиям в форме дискуссий;
- в выполнении индивидуальных и групповых заданий,
- в подготовке к контрольным работам.

Цель практических (семинарских) занятий – научить студентов самостоятельно анализировать учебную и научную литературу и вырабатывать у них опыт самостоятельного мышления по проблемам курса, а также выработать навыки практического применения теоретических знаний. Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания на практике.

Материалом для подготовки могут стать конспекты лекций, профессиональная литература, учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента по дисциплине предусматривает:

- поиск дополнительной литературы, к которой студенты могут обращаться при возникновении особой заинтересованности в конкретной теме;
- определение перечня контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;
- организацию консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызывающих у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.

Дополнительными формами самостоятельной работы являются групповые и индивидуальные задания, выступающие продолжением аудиторных занятий и направленные на овладение практическими навыками по основным разделам дисциплины.

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на консультациях неясные вопросы.

Презентации к докладам должны быть выполнены в программе Power Point. Первый слайд обязательно содержит выходные сведения: ФИО автора, ФИО руководителя, название профильной кафедры, тему доклада, год, место создания, все слайды (кроме титульного) должны быть пронумерованы.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования | Адрес (местоположение) объектов |
|--|---|
| Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 26) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная | г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F435 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа |

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветных спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | | критерии | показатели |
|--|--------------------------------|--|---|--|
| УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | знает (пороговый уровень) | как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач | Знает, как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач | Находит информацию по запросу |
| | умеет (продвинутый) | использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Умеет определять тенденции формирования спроса, экономические факторы, правовые и этические нормы | Находит информацию по запросу |
| | владеет (высокий) | навыками создания актуальных продуктов в профессиональной сфере. | -Владеет навыками применения законодательства в отрасли | – оценивать результаты решения поставленной задачи |
| ОПК-1. Способен создавать | знает (пороговый) | отличительные особенности медиатекстов, и | -знает отличительные особенности | Знает современные технологии производства |

| | | | | |
|--|---------------------------|---|---|--|
| <p>востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностям и иных знаковых систем</p> | уровень) | (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ | медиа текстов, медиапродуктов | печатной, электронной продукции, аудио-видео контента |
| | умеет (продвинутой) | осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых | -умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью | Умеет создать продукт |
| | владеет (высокий) | навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | понимает современные технологии при создании и продвижении медиапродукта | может создавать и продвигать различные медиапродукты |
| <p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникации</p> | знает (пороговый уровень) | особенности межкультурной коммуникации; основные достижения в области литературы и искусства. | -знает особенности межкультурной коммуникации | демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса |
| | умеет (продвинутой) | учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания | -умеет учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности | демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса при создании текстов |

| | | | | |
|--|---------------------------|---|---|---|
| онных продуктов | | текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | в процессе создания текстов | |
| | владеет (высокий) | навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры | владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов | может создавать и продвигать различные медиапродукты |
| ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | знает (пороговый уровень) | современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | -знает необходимые технические средства и информационно-коммуникационные технологии | Может находить и применять необходимые технические средства и информационно-коммуникационные технологии |
| | умеет (продвинутый) | определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение | -умеет выбирать технические средства и информационно-коммуникационные технологии | Разрабатывает продукт с учетом технических средств и информационно-коммуникационных технологий |
| | владеет (высокий) | навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов | -может применять технические средства и информационно-коммуникационные технологии | Разрабатывает продукт с учетом технических средств и информационно-коммуникационных технологий |
| ПК-4. Способен | знает (порогов) | основы коммуникационной | -знает основы коммуникационно | Пишет и редактирует тексты |

| | | | | |
|---|----------------------------------|--|---|---|
| <p>осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> | <p>ый уровень)</p> | <p>логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста</p> | <p>й логики и этики в устной и письменной формах</p> | |
| | <p>умеет (продвинутый)</p> | <p>коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> | <p>-умеет решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия, создавать продукт</p> | <p>Пишет и редактирует тексты</p> |
| | <p>владеет (высокий)</p> | <p>навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта.</p> | <p>Может создавать информационные поводы для кампаний и проектов</p> | <p>Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> |
| <p>ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p>знает (пороговый уровень)</p> | <p>понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с</p> | <p>-знает теоретическую базу для работы над проектом</p> | <p>Разрабатывает проекты</p> |

| | | | | |
|--|----------------------------|---|--|--|
| | | общественностью | | |
| | умеет (продвин утый) | проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта | -умеет применять теоретические знания для работы над проектом | Разрабатывает проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере |
| | владеет (высокий) | навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта | Организует проектную работу | Оценивать результаты работы над проектом |

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде, УО-1 Собеседование, УО-3 Доклад, сообщение.

Критерии оценки указаны ниже.

Перечень оценочных средств

| Код ОС | Наименование оценочного средства | Краткая характеристика оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде |
|--------|----------------------------------|---|---|
| ПР-13 | Творческое задание | Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. | Вопросы по темам/разделам дисциплины |
| УО-3 | Доклад, сообщение | Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы | Темы докладов, сообщений |

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

Критерии оценки (устного доклада, реферата, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые

основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации доклада:

| Оценка | 50-60 баллов (неудовлетворительно) | 61-75 баллов (удовлетворительно) | 76-85 баллов (хорошо) | 86-100 баллов (отлично) |
|--------------------|--|--|---|--|
| Критерии | Содержание критериев | | | |
| Раскрытие проблемы | Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы | Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы | Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы | Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы |
| Представление | Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины | Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина | Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов | Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов |
| Оформление | Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации | Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации | Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации | Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации |
| Ответы на вопросы | Нет ответов на вопросы | Только ответы на элементарные вопросы | Ответы на вопросы полные и/или частично полные | Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений |

Критерии оценки (письменный ответ)

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки (устный ответ)

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение

монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов на экзамен:

1. История появления и развития рекламы в России.
2. Реклама в современной России.
3. Виды рекламы, виды рекламной продукции.
4. Современная издательская система России
5. Структура рекламного процесса.
6. Структура издательско-полиграфического процесса.
7. Способы послепечатной отделки продукции.
8. Критерии выбора способа производства продукции.
9. Средства распространения рекламы.
10. Особенности маркетинговых исследований при реализации продукции
11. Исследование поведения потребителей.
12. Анализ и прогнозирование рыночной деятельности.
13. Анализ маркетинговых рисков.
14. Перспективы развития издательского дела.
15. Электронные и печатные СМИ.
16. Понятие мультимедиа-технологии.
17. Основные программы для производства мультимедийных продуктов.
18. Технические основы современных электронных СМИ.

19. Полиграфические материалы. Для печатных изданий.
20. Цифровая печать. Преимущества и недостатки в сравнении с традиционными способами печати.
21. Технология Web-to-print.

Образец экзаменационного билета

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»

Школа искусств и гуманитарных наук

ООП 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина «Современные издательские технологии в рекламном процессе»

Форма обучения Очная

Семестр Осенний

Реализующий Департамент коммуникаций и медиа

Экзаменационный билет № 1

1. Перспективы развития издательского дела.
2. Электронные и печатные СМИ.
3. Понятие мультимедиа-технологии

Директор департамента _____

Критерии выставления оценки студенту на экзамене

| Баллы (рейтинговой оценки) | Оценка | Критерии |
|----------------------------------|---------|--|
| 100-86 | отлично | Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. |

| | | |
|------------|---------------------|--|
| 85-76 | хорошо | Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. |
| 75-61 | удовлетворительно | Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. |
| 60 и менее | неудовлетворительно | Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. |

Темы для выполнения докладов, сообщений:

1. Нормативно-правовая база издательского дела в современной России
2. Дальнейшее развитие правового регулирования издательской деятельности в России
3. Процесс выпуска газеты (технологическая схема) в современных условиях.
4. Технические основы современных электронных СМИ
5. Полиграфические материалы. Для печатных изданий
6. Цифровая печать. Преимущества и недостатки в сравнении с традиционными способами печати.
7. Технология Web-to-print
8. Новинки защитных технологий (изготовление защищенной печатной продукции)
9. Соотношение понятий и функций PR и других форм воздействия на общественное мнение: пропаганда, паблисити и др.
10. История развития PR.
11. Отличия и сходства рекламы от связей с общественностью.
12. История становления и развития PR в России.
13. Основные направления деятельности медиарилейшнз.
14. Инструменты медиарилейшнз.
15. Пресс-конференция и брифинг: сходства и различия.
16. Внутрикorporативный или внутренний PR.
17. Особенности маркетинговых исследований при производстве рекламных продуктов.
18. Типология на основе различения статического и динамического подходов к изучаемым объектам.

Темы для групповых заданий:

1. **«Композиция из нескольких изображений в Adobe Photoshop - макет страницы презентации о рекламных агентствах на выбор студента».**

Студенты должны разработать графическое решение пользовательского интерфейса, содержащего поле заголовка, логотип, блок управления (меню), информационное поле. Найти объединяющее композиционное решение.

Используя многослойную структуру изображения создать несколько вариантов заполнения информационного поля - моделирование выбора из меню.

2. Анализ динамики себестоимости акцидентной продукции в зависимости от способов отделки.

Занятия проводится в интерактивной форме: групповое творческое задание. Задание: группа делится на 4 подгруппы по 5-6 человек. В ходе проблемной дискуссии приводится для примера несколько издательств, специализирующихся на выпуске акцидентной (рекламной) продукции и проводится углубленный анализ их деятельности:

- Общая оценка динамики себестоимости издательской продукции.
- Выбор полиграфических материалов.
 - Составление технологической производственной линии.

3. Книга в твердом перелете, тираж 1000 экземпляров, 200 страниц, блок 1+1, обложка 4+0, печатная машина офсетная, формат А1. Требуется описать производственный процесс: допечатная технология, печатная, послепечатная технология. Для издания, учитывая особенности оформления, все этапы работы, рассчитать и обосновать экономическую составляющую. Результатом работы считается обоснованный выбор способа производства с учетом анализа затрат и предполагаемого финансового результата, стоимость 1 экземпляра издания.

4. Книга в мягкой обложке, тираж 50 экземпляров, 135 страниц, блок 1+1, обложка 4+0, печатная машина офсетная, формат А2. Обложка ламинируется, тиснится. Требуется описать производственный процесс: допечатная технология, печатная, послепечатная технология. Для издания, учитывая особенности оформления, все этапы работы, рассчитать и обосновать экономическую составляющую. Результатом работы считается обоснованный выбор способа производства с учетом анализа затрат и предполагаемого финансового результата, стоимость 1 экземпляра издания.

5. Издательство по выпуску периодических изданий. Требуется описать цикл выпуска литературы, с учетом выбранной специфики, привести рыночную стоимость МТО. Результатом работы считается стоимость запуска издательско-полиграфического комплекса.

6. Издательство по выпуску неперiodических изданий. Требуется описать цикл выпуска литературы, с учетом выбранной специфики, привести рыночную стоимость МТО. Результатом работы считается стоимость запуска издательско-полиграфического комплекса.

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

- Презентации к докладам должны быть выполнены в программе Power Point. Первый слайд обязательно содержит выходные сведения: ФИО автора, ФИО руководителя, название департамента, тему доклада, год, место создания, все слайды (кроме титульного) должны быть пронумерованы.
- Последовательность подготовки презентации:
 1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
 2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
 3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
 4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
 5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
 6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
 7. Проверить визуальное восприятие презентации.
- К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда. Образы – в отличие от иллюстраций – метафора. Их назначение – вызвать эмоцию и создать отношение к ней, воздействовать на аудиторию. С помощью хорошо продуманных и представляемых образов, информация может надолго остаться в памяти человека. Диаграмма – визуализация количественных и качественных связей. Их используют для убедительной демонстрации данных, для пространственного мышления в дополнение к логическому. Таблица – конкретный, наглядный и точный показ данных. Ее основное назначение – структурировать информацию, что порой облегчает восприятие данных аудиторией.

Практические советы по подготовке презентации

- готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал;
- слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку,

выглядеть наглядно и просто;

- текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;
- рекомендуемое число слайдов 17-22;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;
- раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

Критерии оценки (письменного/устного доклада, реферата, сообщения, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации доклада:

| Оценка | 50-60 баллов (неудовлетворительно) | 61-75 баллов (удовлетворительно) | 76-85 баллов (хорошо) | 86-100 баллов (отлично) |
|--------------------|--|--|---|--|
| Критерии | Содержание критериев | | | |
| Раскрытие проблемы | Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы | Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы | Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы | Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы |
| Представление | Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины | Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина | Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов | Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов |

| | | | | |
|--------------------------|---|--|--|--|
| Оформление | Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации | Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации | Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации | Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации |
| Ответы на вопросы | Нет ответов на вопросы | Только ответы на элементарные вопросы | Ответы на вопросы полные и/или частично полные | Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений |

Критерии оценки (письменный ответ)

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки (устный ответ)

✓ 100-85 баллов выставляется студенту, если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.