




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

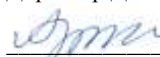
**«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)**

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»

  
Т.Д. Лыкова  
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Департамента коммуникаций и медиа

  
Н.А. Аргылов  
(подпись) (ФИО.)  
«10» января 2020 г.


### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью  
**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
Профиль Реклама и связи с общественностью  
**Форма подготовки очная**

курс 2 семестр 4  
лекции 18 час.  
практические занятия 36 час.  
в том числе с использованием МАО лек. 0 / пр. 0 час.  
всего часов аудиторной нагрузки 54 час.  
в том числе с использованием МАО 0 час.  
самостоятельная работа 18 час.  
в том числе на подготовку к экзамену 0 час.  
контрольные работы не предусмотрены  
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрено  
зачет 4 семестр  
экзамен не предусмотрен

Рабочая программа составлена в соответствии 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 № 3 от «10» января 2020 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов  
Н.А. 

Составитель (ли): канд. социол. наук, доцент Захаркин Р. А.

**Владивосток  
2020**

## Оборотная сторона титульного листа РПД

### **I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ Н. А. Аргылов

(подпись)

(И.О. Фамилия)

### **II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ Н. А. Аргылов

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Целью курса является ознакомление студентов с ролью публичной коммуникации в системе рекламы и связей с общественностью. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

1. ознакомить с основными принципами публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
2. ознакомить с современными направлениями публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
3. раскрыть формы и методы публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
4. изучить формы применения публичной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

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

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: организационный			
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	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

	целевым группам/группам общественности.		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.
--	---	--	--

## **I СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Лекции (18 часов, в том числе 0 час. в интерактивной форме)**

#### **Раздел I. Публичная коммуникация в системе рекламы и связей с общественностью (9 часов)**

##### **Тема 1. Публичная коммуникация и ее формы (2 часа).**

Определение публичной коммуникации. Формы публичной коммуникации. Устная и письменная речь в публичной коммуникации. Преимущества устной речи над письменной. Влияние массовой коммуникации на устную публичную коммуникацию.

##### **Тема 2. Жанры публичной коммуникации (2 часа).**

Определение жанров публичной коммуникации. Жанры в учебной сфере. Жанры в научной сфере. Жанры в деловой сфере. Жанры в общественно-политической и социально-культурных сферах. Жанры в религиозной сфере. Монолог, диалог, полилог в публичной коммуникации.

##### **Тема 3. Устная публичная учебная коммуникация (2 часа)**

Лекция как вид публичной коммуникации. Признаки лекции как публичной коммуникации. Автокомментирование в лекции. Контактостанавливающие средства в лекции. Проблемность изложения, внутренний драматизм лекции. Невербальные компоненты коммуникации в лекции.

##### **Тема 4. Деловая публичная коммуникация (2 часа).**

Определение делового общения. Собрание как вид деловой публичной коммуникации. Этикетные речи как вид деловой публичной коммуникации.

PR-жанры в публичной деловой коммуникации. Специальные виды деловой публичной коммуникации.

### **Тема 5. Публицистическая публичная коммуникация (1 час).**

Телевизионное интервью как вид публичной публицистической коммуникации. Телевизионная дискуссия как вид публичной публицистической коммуникации.

## **Раздел II. Спичрайтинг в системе публичной коммуникации (9 часов)**

### **Тема 1. Определение спичрайтинга (2 часа).**

Определение спичрайтинга. Цель и задачи спичрайтинга. Виды спичрайтинга. Спичрайтинг как разновидность PR-деятельности. Спичрайтинг как один из видов PR-технологий. Спичрайтинг как раздел практической риторики.

### **Тема 2. Виды публичных речей (2 часа).**

Виды публичных речей: информационная, убеждающая, эпидейктическая, протокольная. Информационная речи и ее виды. Убеждающая речь. Система аргументов в убеждающей речи, общая характеристика. Эпидейктическая речь, ее виды (протокольная, траурная, торжественная, неформальная). Структурно-содержательные особенности публичных речей. Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в разных видах публичной речи.

### **Тема 3. Этапы работы спичрайтера с текстом публичного выступления (2 часа).**

Этап подготовки: сбор информации; работа спичрайтера со спикером; выявление особенностей целевой аудитории. Разработка темы, стратегические установки темы выступления, работа спичрайтера с источниками; обработка материала, выстраивание смысловой структуры текста. Этап написания текста выступления. Работа с текстом. Вступление, его цели и задачи. Основная часть. Роль тезиса и ключевых слов в основной части выступления. Заключение текста спича. Виды заключений. Рекомендации спичрайтеру по составлению публичных речей для разных сфер связей с общественностью. Основные требования к произнесению речи (выразительность, дикция, тембр).

### **Тема 4. Спичрайтинг в бизнес сфере (2 часа).**

Особенности бизнес-коммуникации. Внешние и внутрикорпоративные выступления. Тематические особенности спичей, ориентированных на разные целевые группы организации. Виды публичных речей в бизнес-коммуникации, ситуации их реализации.

Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в спичах.

### **Тема 5. Спичрайтинг в сфере политики (1 час).**

Особенности политической риторики в современной России. Имидж современного политика. Политический спич: структурно-содержательные, языковые и прагматические особенности. Виды публичных речей в политической сфере, ситуации их реализации. Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в спичах.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Практические занятия**

**(36 часов, в том числе 0 час. в интерактивной форме)**

**Занятие 1. Публичное выступление в рекламе и связях с общественностью (4 часа).**

Формулировка целей и задач выступления. Планирование формы подачи выступления. Планирование стратегии публичного выступления. Факторы, влияющие на эффективность выступления. Барьеры для эффективного публичного выступления.

**Занятие 2. Организация публичного выступления. Язык выступления (4 часа).**

Компоновка частей доклада в единое целое. Выбор техники выступления. Разработка специальной техники выступления в отдельных случаях. Определение продолжительности выступления. Репетиция выступления. Качество и мастерство речи выступающего. Требования к речи и к выступающему.

**Занятие 3. Представление доклада (4 часа).**

Установление контакта с аудиторией. Тембр и модуляция голоса. Наглядные пособия в докладе. Другие дополнительные средства в докладе. Факторы эффективного доклада.

**Занятие 4. Неречевые средства публичной коммуникации (4 часа).**

Категории неречевых средств публичной коммуникации. Категория физических средств. Категория эстетических средств. Категория знаковых

средств. Категория символических средств. Статистические особенности и характеристики: пространственная ориентация, дистанция, поза, физические контакты.

#### **Занятие 5. Неречевые средства публичной коммуникации (4 часа).**

Динамические черты и особенности. Выражение лица, визуальный контакт, жесты. Кинезис. Движения по горизонтали, вертикальные движения, движения из стороны в сторону. Выражение лица. Визуальный контакт. Прикосновения. Личное пространство. Окружающая обстановка. Голос и его характеристики. Использование тишины и времени.

#### **Занятие 6. Значение внешних характеристик имиджа в публичной коммуникации (4 часа).**

Одежда и аксессуары. Внешние компоненты имиджа. Мимика и пантомимика. Речь и риторика. Имиджмейкер как профессия. Стратегия построения имиджа. Построение имиджевой «легенды». Типажи в политическом имиджмейкинге. Уязвимые точки в политическом имидже и технологии защиты. «Самоимиджмейкинг».

#### **Занятие 7. Пресс-конференция в системе публичной коммуникации (4 часа).**

Определение пресс-конференции. Назначение пресс-конференции. Условия проведения успешной пресс-конференции. Особенности проведения кризисной пресс-конференции. Действующие лица и исполнители пресс-конференции. Выбор места пресс-конференции.

#### **Занятие 8. Подготовительный этап пресс-конференции (4 часа).**

Составление плана пресс-конференции. Определение состава участников. Требования к успешному спикеру. Требования к модератору. Проведение репетиции пресс-конференции. Дресс-код выступающих. Оповещение и приглашение СМИ. Встреча гостей.

#### **Занятие 9. Проведение пресс-конференции (4 часа).**

Начало пресс-конференции. Первые выступления модератора и спикера. Кульминация и окончание пресс-конференции. После пресс-конференции.

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью» 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**

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы дисциплины</b>	<b>Коды и этапы формирования компетенций</b>	<b>Оценочные средства</b>	
			<b>текущий контроль</b>	<b>промежу- точная аттестаци я</b>



1	<p>Раздел I. Публичная коммуникация в системе рекламы и связей с общественностью</p>	ПК-4	<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 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</p>	УО-3 Доклад	Зачет Вопросы: 1 - 13
---	--	------	---	----------------	-----------------------------

			<p>основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.</p>		
2	<p>Раздел II. Спичрайтинг в системе публичной коммуникации. Пресс-конференция в системе публичной коммуникации.</p>	ПК-4	<p>ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста</p>	УО-3 Доклад	<p>Зачет Вопросы: 14 - 26</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 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>		
--	--	--	--	--	--

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. Лементуева, Л. В. Публичное выступление: теория и практика: Пособие / Лементуева Л.В. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2016. - 128 с.: ISBN 978-5-9729-0130-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/760242>

2. Непряхин, Н. Как выступать публично: 50 вопросов и ответов / Н. Непряхин. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 246 с. — ISBN 978-5-9614-1820-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82877.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Михальская, А. К. Профессиональная речь: культурная, публичная, деловая : учебник / А.К. Михальская. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 359 с. - ISBN 978-5-16-107141-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/995534>

### **Дополнительная литература**

*(печатные и электронные издания)*

1. Назайкин, А. Медиарилейшнз на 100%: Искусство взаимодействия с прессой / А. Назайкин. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 412 с. — ISBN 978-5-9614-0960-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82715.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Баржак, И. Волшебная кнопка против волнения и другие принципы успешного выступления / И. Баржак. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, Good Business, 2017. — 96 с. — ISBN 978-5-9909375-7-4. — Текст :

электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75001.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Ковалев, А. Арсенал оратора: Полный боекомплект / А. Ковалев, Б. Морев. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 200 с. — ISBN 978-5-9614-2237-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82986.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **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 «Публичная коммуникация в рекламе и связях с общественностью» 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 университета, с графиком консультаций преподавателей департамента.

### **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 департамента. 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.

### **Темы докладов, сообщений**

1. Специфика публичного выступления в сфере PR и рекламы.
2. Функции публичного выступления в сфере PR и рекламы.
3. Этапы подготовки публичного выступления.
4. Организация презентационного пространства
5. Использование наглядных средств в процессе презентации.
6. Корпоративные стандарты проведения презентации и необходимые навыки презентатора
7. Влияние типа темперамента оратора на характер его взаимодействия с аудиторией
8. Влияние типа характера аудитории на ее взаимодействие с оратором
9. Принципы реагирования PR-оратора на конфликтную коммуникацию с аудиторией.
10. Работа PR - оратора с возражениями.
11. Средства невербальной коммуникации в процессе выступлений в рамках семинаров, круглых столов, презентаций.
12. Средства невербальной коммуникации в публичные выступления: мимика лица, взгляд, пантомимика, поза.

13. Средства невербальной коммуникации в публичные выступления: молчание, паузы.

14. Средства невербальной коммуникации в публичные выступления: внешний вид, имидж.

15. Подготовка текста выступления: начало выступления

16. Подготовка текста выступления: окончание выступления

17. Подготовка текста выступления: основная часть выступления

18. Принципы подготовки к видеозаписи.

## 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 цветовых 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
ПК-4. Способен осуществлять	знает (пороговый)	основные технологии формирования	Знание технологии формирования	– определяет технологии формирования



авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	уровень)	текстов и информационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов в публичной коммуникации	текстов и информационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов в публичной коммуникации; Знание технологии формирования текстов и информационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов в публичной коммуникации.	текстов и информационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов в публичной коммуникации; - определяет технологии формирования текстов и информационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов в публичной коммуникации; - определяет технологии формирования текстов и информационных продуктов, и (или) коммуникационных продуктов в публичной коммуникации.
	умеет (продвинутый)	создавать востребованные обществом и индустрией тексты и (или) информационные продукты, и (или) коммуникационные продукты в публичной коммуникации.	Умеет формировать эффективные тексты и (или) информационные продукты, и (или) коммуникационные продукты в публичной коммуникации..	Эффективное воздействие тексты и (или) информационные продукты, и (или) коммуникационные продукты в публичной коммуникации.
	владеет (высокий)	Навыками создания востребованных обществом и индустрией тексты и (или) информационные продукты, и (или) коммуникационные продукты в публичной коммуникации..	-Владеет знанием создания востребованных обществом и индустрией тексты и (или) информационные продукты, и (или) коммуникационные продукты в публичной коммуникации.	– может создавать востребованные обществом и индустрией тексты и (или) информационные продукты, и (или) коммуникационные продукты в публичной коммуникации..

## **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-3 доклад, сообщение.

Критерии оценки указаны ниже.

### **Перечень оценочных средств**

<b>Код ОС</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Краткая характеристика оценочного средства</b>	<b>Представление оценочного средства в фонде</b>
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	<b>Содержание критериев</b>			
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

<b>Представление</b>	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
<b>Оформление</b>	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
<b>Ответы на вопросы</b>	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 зачет:**

1. Определение публичной коммуникации и ее форм;
2. Жанры публичной коммуникации;

3. Устная публичная учебная коммуникация;
4. Деловая публичная коммуникация;
5. Публицистическая публичная коммуникация;
6. Спичрайтинг: определение, цели, задачи;
7. Спичрайтинг как раздел практической риторики;
8. Виды публичных речей (общая характеристика);
9. Виды публичных речей. Информационная речь и ее виды;
10. Этапы работы спичрайтера с текстом устного выступления: подготовка к выступлению, написание и организация текста выступления;
11. Подготовки спичрайтера к работе с текстом публичного выступления;
12. Работа спичрайтера с источниками информации;
13. Основные требования к произнесению речи (выразительность, дикция, тембр);
14. Выразительные средства в разных видах публичных речей;
15. Особенности спича в коммерческой сфере;
16. Тематические особенности спичей в коммерческой сфере;
17. Политический спич: структурно-содержательные, языковые и прагматические особенности;
18. Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в коммерческом и политическом спичах;
19. Публичное выступление в рекламе и связях с общественностью;
20. Организация публичного выступления;
21. Представление доклада;
22. Неречевые средства публичной коммуникации;
23. Значение имиджа в публичной коммуникации;
24. Пресс-конференция в системе публичной коммуникации;
25. Подготовительный этап пресс-конференции;
26. Проведение пресс-конференции.

### **Критерии выставления оценки студенту на зачете**

<b>Баллы (рейтинговой оценки)</b>	<b>Оценка на зачете</b>	<b>Критерии</b>
100-61	<i>зачтено</i>	Оценка «зачтено» 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.

60 и менее	<i>незначительно</i>	Оценка «незначительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.
------------	----------------------	--

### **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.