





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

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»



(подпись) Н.А. Аргылов
(ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ДКМ



(подпись) Н.А. Аргылов
(ФИО.)
«10» января 20 21 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Медиарилейшнз и технологии конструирования контента
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль Реклама и связи с общественностью
Форма подготовки очная

курс 3 семестр 5
лекции 18 час.
практические занятия 18 час.
лабораторные работы 00 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0/пр. 0/лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
самостоятельная работа 54 час.
в том числе на подготовку к экзамену 54 час
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены
зачет не предусмотрен
экзамен 5 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 №03 от «10» января 2021 г.

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

Составители: старший преподаватель Попиль В.А.

Владивосток
2021

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

Протокол от « ____ » _____ 2021 г. № ____

Директор Департамента _____ Н.А. Аргылов
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

развитие знаний студентов в области медиарилейшнз, формирование понимания особенностей медиа и медиакоммуникации, получение знаний о совместной работе журналистов и представителей сферы связей с общественностью

Задачи: изучить типы медиа и медийного контента, основы медиарилейшнз, сформировать системное понимание принципов взаимодействия профессионального работника сферы связей с общественностью с представителями различных медиа, научиться производить отбор эффективных PR-инструментов в зависимости от используемого типа медиа, освоить первичные навыки и умения сторителлинга, продюсирования и самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК -2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.1 Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде
		ПК -2.2 Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет
		ПК -2.3 Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет
Авторский	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Технологический	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-2.1 Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	Знает понятие проекта, отличительные особенности онлайн проекта, способы продвижения и оценки эффективности проекта в онлайн среде
	Умеет применять полученные знания о способах продвижения и оценки эффективности проекта в онлайн среде, работая в команде медиаспециалистов
	Владеет навыками этичной и эффективной коммуникации с представителями медиасферы для успешной реализации проекта в онлайн среде
ПК -2.2 Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает алгоритм формирования проекта и стратегии его продвижения в сети интернет
	Умеет составлять стратегию продвижения онлайн проекта, в том числе за счет эффективной коммуникации с другими представителями медиасферы
	Владеет навыками самостоятельного составления и реализации онлайн-проектов за счет эффективной коммуникации с представителями медиасферы
ПК -2.3 Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает инструменты продвижения продукта в сети интернет, способы оценки эффективности проекта в онлайн среде
	Умеет проконтролировать осуществление собственного онлайн проекта, а также нивелировать возникающие проблемы в его осуществлении, в том числе за счет эффективной коммуникации с представителями медиасферы
	Владеет навыками этичной эффективной коммуникации с представителями медиасферы
ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает типологию текстов в сфере рекламы и PR, а также возможности сторителлинга, продюсирования и самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента
	Умеет создавать необходимый контент в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации
	Владеет навыками по созданию рекламного или PR-контента для продвижения продукта посредством разных каналов коммуникации
ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта исполь-	Знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования, типы медиа и медийного контента

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
зует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	Умеет разрабатывать медиаплан исходя из специфики продвигаемого продукта, применять технологии медиарилейшнз в коммуникации с представителями медиа
	Владеет навыками коммуникациями с представителями медиа в онлайн и офлайн среде, а также навыками разработки медиаплана для выбранного продукта

1. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц (144 академических часов).
(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине являются:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль		
1	Введение в медиарилейшнз	4	6		6			18	18	Собеседование (УО-1), круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4), кейс-задача (ПР-11)
2	Инструменты медиарилейшнз	4	8		8			20	20	Собеседование (УО-1), доклад, сообщение (УО-3), кейс-задача (ПР-11)
3	Дополнительные функции медиарилейшнз	4	4		4			16	16	Доклад, сообщение (УО-3), деловая игра (ПР-10), кейс-задача (ПР-11)
	Итого:		18		18			54	54	

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 час.)

Раздел I. Введение в медиарилейшнз (6 час.).

Тема 1. Медиарилейшнз в PR - практике. Типология медиа (2 час.).

1. Этические принципы и общественно значимые функции современных медиа.
2. Журналистика в партнерстве с PR.
3. Основы работы редакции.
4. Журналистские жанры.

Тема 2. Управление связями со СМИ (4 час.).

1. Психологический аспект, правила делового оборота в медиарилейшнз
2. Функции пресс-секретаря.
3. Коммуникация с медиа вне пресс-службы.
4. Журналистский пул, правила его создания и особенности взаимодействия.
5. Оценка и инициативный креатив пресс-службы.

Раздел II. Инструменты медиарилейшнз (8 час.).

Тема 3. Современные способы взаимодействия со СМИ (4 час.).

1. Мероприятие для журналистов.
2. Типология ивентов для прессы.
3. Особенности взаимодействия с журналистами онлайн.
4. Возможности блогинга.

Тема 4. PR-тексты для медиа (2 час.).

1. Структура журналистского текста и возможности работника связей с общественностью.
2. Основная типология, критерии оценки качества, методы анализа журналистского и PR-текстов.
3. Влияние PR-документов на контакты с медиа.

Тема 5. Правила эффективного пресс-релиза (2 час.).

1. Особенности планирования и создания пресс-релиза.
2. Типология и основные принципы пресс-релизов.
3. Необходимый и достаточный хронометраж для производства пресс-релиза.
4. Критерии обращения к коммуникационному агентству и традиция создания пресс-релиза внутри компании.

Раздел III. Дополнительные функции медиарилейшнз (4 час.).

Тема 6. Кризисный медиарилейшнз (2 час.).

1. Режим работы с медиа во время кризиса.
2. Возможности и ограничения внешнего воздействия, и значение личных связей.
3. Психологические особенности журналиста, которые необходимо учесть для организации эффективных связей с медиа.
4. Кризисный тайм-менеджмент.

Тема 7. Сторителлинг в медиарилейшнз (2 час.)

1. Как создать эффективный сценарий.
2. Основные семантические схемы и нарративные сценарии, особенности и уместность применения.
3. Сравнение российского и зарубежного опыта.
4. Событие как основа журналистского труда и база для взаимодействия.
5. Сценарное дело на телевидении и в сериальном производстве.

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические занятия (18 час.)

Практическое занятие №1. Медиарилейшнз в PR - практике. Типология медиа (2 час.).

Обсуждение вопросов:

1. Этические принципы и общественно значимые функции современных медиа.
2. Журналистика в партнерстве с PR.
3. Основы работы редакции.
4. Журналистские жанры.

Практическое занятие №2. Круглый стол «Возможности пресс-секретаря в медиарилейшнз» (2 час.)

Практическое задание:

Найдите не менее трех вакансий на должность пресс-секретаря на Дальнем Востоке РФ в сети Интернет. Какие требования предъявляются, какая зарплата предлагается?

Практическое занятие №3. Формирование журналистского пула (2 ч.)

Практическое задание:

В микрогруппах (3-4 человека) сформируйте журналистский пул для пресс-конференции в выбранной вами организации. Аргументируйте выбор каждого журналиста.

Практическое занятие №4. Планирование специального события для СМИ (2 час.).

Задание: разработайте подробный сценарий проведения специального мероприятия для компании N, применяя стратегию 4P+F (подробнее – в лекции). Придумайте название мероприятия. К какому типу оно принадлежит? (соревнование, конкурс, церемония открытия, конференция, юбилей, календарный праздник). Чем данное мероприятие может привлечь представителей СМИ?

Практическое занятие №5. Блогинг в системе медиарилейшнз (2 час.).

Сформировать список релевантных блогеров для продвижения компании N. Подготовить доклад с краткой информацией о каждом блогере и аргументацией его выбора.

Практическое занятие №6. PR-тексты для медиа (2 час.).

Обсуждение вопросов:

1. Структура журналистского текста и возможности работника связей с общественностью.
2. Основная типология, критерии оценки качества, методы анализа журналистского и PR-текстов.
3. Влияние PR-документов на контакты с медиа.

Практическое занятие №7. Правила эффективного пресс-релиза (2 час.)

Работа в микрогруппах (3-4 человека). Каждой группе предлагается написать пресс-релиз для мероприятия, проходящего в компании N. После написания каждая микрогруппа примеряет роль журналистов, получая пресс-релиз соседней группы и оценивая его.

Практическое занятие №8. Кризисный медиарилейшнз (2 час.).

Задание: разработать план взаимодействия с медиа во время кризисной ситуации в компании N. Аргументировать каждый пункт плана.

Практическое занятие №9. Сторителлинг в медиарилейшнз (2 час.)

Задание: подготовить доклад с использованием технологии «сторителлинг» в коммуникационной деятельности компании N. Ответить на вопрос: какие еще технологии могут быть использованы данной организацией в тот же временной период?

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п / п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I. Введение в медиарилейшнз	ПК-2.1 Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	Знает понятие проекта, отличительные особенности онлайн проекта, способы продвижения и	Собеседование (УО-1), круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, де-	Вопросы к экзамену 1-9

			оценки эффективности проекта в онлайн среде	баты (УО-4), кейс-задача (ПР-11)	
			Умеет применять полученные знания о способах продвижения и оценки эффективности проекта в онлайн среде, работая в команде медиаспециалистов		
			Владеет навыками этичной и эффективной коммуникации с представителями медиасферы для успешной реализации проекта в онлайн среде		
		ПК-2.2 Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает алгоритм формирования проекта и стратегии его продвижения в сети интернет		
			Умеет составлять стратегию продвижения онлайн проекта, в том числе за счет эффективной коммуникации с другими представителями медиасферы		
			Владеет навыками самостоятельного составления и реализации онлайн-проектов		

			за счет эффективной коммуникации с представителями медиасферы		
2	Раздел II. Инструменты медиарилейшнз	ПК-2.3 Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает инструменты продвижения продукта в сети интернет, способы оценки эффективности проекта в онлайн среде	Собеседование (УО-1), доклад, сообщение (УО-3), кейс-задача (ПР-11)	Вопросы к экзамену 10-21
			Умеет проконтролировать осуществление собственного онлайн проекта, а также нивелировать возникающие проблемы в его осуществлении, в том числе за счет эффективной коммуникации с представителями медиасферы		
		ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знает типологию текстов в сфере рекламы и PR, а также возможности сторителлинга, продюсирования и самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента		

			<p>Умеет создавать необходимый контент в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации</p> <p>Владеет навыками по созданию рекламного или PR-контента для продвижения продукта посредством разных каналов коммуникации</p>		
3	Раздел III. Дополнительные функции медиарелейшнз	<p>ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знает типологию текстов в сфере рекламы и PR, а также возможности сторителлинга, продюсирования и самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента</p> <p>Умеет создавать необходимый контент в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации</p> <p>Владеет навыками по созданию рекламного или PR-контента для продвижения продукта посредством разных каналов коммуникации</p>	<p>Доклад, сообщение (УО-3), деловая игра (ПР-10), кейс-задача (ПР-11)</p>	<p>Вопросы к экзамену 22-30</p>
		ПК-7.1 При реализа-	Знает техноло-		

		ции коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	гии медиарилейшнз и медиапланирования, типы медиа и медийного контента		
			Умеет разрабатывать медиаплан исходя из специфики продвигаемого продукта, применять технологии медиарилейшнз в коммуникации с представителями медиа		
			Владеет навыками коммуникациями с представителями медиа в онлайн и офлайн среде, а также навыками разработки медиаплана для выбранного продукта		

VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Бриггз, А. Медиа. Введение / А. Бриггз, П. Кобли. – ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 550 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=340897>
2. Ильясова С.В. Язык и стиль современных российских СМИ : учебное пособие по русскому языку для изучающих русский язык как иностранный / Ильясова С.В., Амири Л.П.. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. — 145 с. — ISBN 978-5-9275-3180-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/95834.html>
3. Сенаторов, А.А. Контент-маркетинг [Электронный ресурс]: стратегии продвижения в социальных сетях/ Сенаторов А.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Альпина Паблишер, 2017.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58557.html>.

Дополнительная литература (печатные и электронные издания)

1. Брэдли Энтони Социальная организация: Как с помощью социальных медиа задействовать коллективный разум ваших клиентов и сотрудников / Брэдли Энтони, Макдоналд Марк. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-9614-5078-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82514.html>
2. Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн : учебное пособие для студентов вузов / Вирен Г.. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 128 с. — ISBN 978-5-7567-0824-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/56990.html>
3. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин [и др.]. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. — ISBN 978-5-7525-3084-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>
4. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / Костомаров В.Г.. — Санкт-Петербург : Златоуст, 2019. — 293 с. — ISBN 978-5-86547-810-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81471.html>
5. Шелонаев С.И. Современный менеджмент медиасистем : учебное пособие / Шелонаев С.И.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 96 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102965.html>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

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

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
F621 - учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа	Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	

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.

X. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Медиарилейшнз и технологии конструирования контента» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Медиарилейшнз и технологии конструирования контента» 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, УО-4 - круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, ПР-10 – деловая и/или ролевая игра, ПР-11 – кейс-задача.

Критерии оценки указаны ниже.

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-1	собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимися на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объёма знаний обучающегося по определённому разделу, теме, проблеме и т.п.	Задания практических занятий №1, №6
УО-3	Доклад, сообщение с презентацией	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определённой учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Задание практического занятия №5, №9
УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Задания практических занятий №2

ПР-10	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре (практическое занятие №7).
ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания практического занятия №3, №4, №8

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

✓ 5 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

✓ 4 балла - 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

✓ 3 балла – 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

✓ 1-2 балла - 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	1-2 балла (неудовлетворительно)	3 балла (удовлетворительно)	4 балла (хорошо)	5 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
формление	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 (устный ответ)

✓ 5 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.

✓ 4 балла - 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.

✓ 3 балла – 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.

✓ 1-2 балла – 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.

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии

✓ 5 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа практик. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 4 балла – работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснения смысла или содержания проблемы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 3 балла – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущены не более 2 ошибок в смысле или содержания проблемы.

✓ 1-2 балла – если работа представляет собой пересказанный или перепи-санный исходный текст без каких бы то было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

По результатам текущей аттестации каждый студент получает допуск к сдаче экзамена или получает оценку за экзамен в соответствии с рейтинговой оценкой успеваемости. Если студент в процессе изучения дисциплины посетил минимум пять лекционных занятий из девяти и успешно (не ниже оценки «удовлетворительно») справился с пятью практическими занятиями, он получает допуск к промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Медиарилейшнз и технологии конструирования контента» 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.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов на экзамен:

1. Этические принципы и общественно значимые функции современных медиа.
2. Журналистика в партнерстве с PR.
3. Основы работы редакции.
4. Журналистские жанры.
5. Психологический аспект, правила делового оборота в медиарилейшнз
6. Функции пресс-секретаря.
7. Коммуникация с медиа вне пресс-службы.
8. Журналистский пул, правила его создания и особенности взаимодействия.
9. Оценка и инициативный креатив пресс-службы.
10. Мероприятие для журналистов.
11. Типология ивентов для прессы.
12. Особенности взаимодействия с журналистами онлайн.
13. Возможности блогинга.
14. Структура журналистского текста и возможности работника связей с общественностью.
15. Основная типология PR-текстов.
16. Критерии оценки качества, методы анализа журналистского и PR-текстов.
17. Влияние PR-документов на контакты с медиа.

18. Особенности планирования и создания пресс-релиза.
19. Типология и основные принципы пресс-релизов.
20. Необходимый и достаточный хронометраж для производства пресс-релиза.
21. Критерии обращения к коммуникационному агентству и традиция создания пресс-релиза внутри компании.
22. Режим работы с медиа во время кризиса.
23. Возможности и ограничения внешнего воздействия, и значение личных связей.
24. Психологические особенности журналиста, которые необходимо учесть для организации эффективных связей с медиа.
25. Кризисный тайм-менеджмент.
26. Как создать эффективный сценарий.
27. Основные семантические схемы и нарративные сценарии, особенности и уместность применения.
28. Сравнение российского и зарубежного опыта.
29. Событие как основа журналистского труда и база для взаимодействия.
30. Сценарное дело на телевидении и в сериальном производстве.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Медиаарилейшнз и технологии конструирования
контента»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка эк- замена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85	<i>«отлично»</i>	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, обозначает особенности применения тех или иных методов работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в зависимости от ситуаций, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, владеет и использует в решении задач нормативно-правовую базу, способен использовать современные технические средства для оптимизации, унификации и модернизации работы специалиста по рекламе и связям с общественностью.

85-76	<i>«хорошо»</i>	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. Использует основной терминологический аппарат по технологии рекламного процесса, способен решить стандартные практические задачи в сфере рекламы и связей с общественностью, знает основные нормативно-правовые акты, влияющие на способы и методы работы специалиста по рекламе и связям с общественностью.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	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, не владеет способами и методами работы специалиста по рекламе и связям с общественностью, не владеет нормативно-правовыми актами и не применяет их.
60-50	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.