




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



(подпись) Распутная Л.И.
(Ф.И.О. рук. ОП)
«10» марта 2021 г.

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор департамента
коммуникаций и медиа
(название кафедры)



(подпись) Аргылов Н.А.
(Ф.И.О. зав. каф.)
«10» марта 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки 42.03.02 Журналистика
профиль «Мультимедийная журналистика»
Форма подготовки очная

курс 4 семестр 7
лекции 18 час.
практические занятия 18 час.
лабораторные работы не предусмотрены час.
в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 18
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.
в том числе с использованием МАО час.
самостоятельная работа 72 час.
контрольные работы (количество)
курсовая работа / курсовой проект семестр
зачет 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» (Приказ Министерства образования и науки № 524 от 08.06.2017).

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента коммуникаций и медиа, протокол № 5 от «10» марта 2021 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд. полит. наук, Н.А. Аргылов
Составитель: Бутырин Дмитрий Александрович, кандидат культурологии

Владивосток
2021

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

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

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

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

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

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

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

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

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

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

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

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

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель курса изучить теоретические основы рекламы и связей с общественностью и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи курса:

- научить определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- научить осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- научить осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Авторский	ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики различных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.4. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта ПК-1.5. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа
Редакторский	ПК-2 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, стилями, технологическими требованиями	ПК-2.1 Приводит журналистский текст (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами

	различных СМИ и других медиа	ПК-2.2 Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3 Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте
--	------------------------------	--

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.4. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта	Знает основные понятия и категории рекламы и PR, специфику данных коммуникативных сфер и их функционал, типы рекламных и PR-текстов и способы их распространения, особенности поведения субъектов, участвующих в рекламной и PR-коммуникации
	Владеет компетенциями, необходимыми журналисту для взаимодействия с агентами рекламной и PR-деятельности, а также базовыми навыками работы в пресс-службах, рекламных агентствах и проч.
ПК-1.5. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа	владеет навыками создания и анализа рекламных и PR-посланий применительно к общередакционным потребностям (в том числе связанным с формированием имиджа СМИ, продвижения медиапродукта) и задачам обеспечения общественного резонанса публикаций
ПК-2.2 Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте	Умеет применять полученные знания к общередакционным потребностям и задачам обеспечения общественного резонанса публикаций
ПК-2.3 Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте	Знает правовые и этические принципы функционирования рекламы и PR в СМИ
	Владеет представлением о технологиях и содержании PR, регулируемых этическими и правовыми нормами, международными кодексами и стандартами

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекции (18 часов)

Раздел 1. Основы рекламы

Тема 1. Цели и функции рекламы. Ее роль в системе маркетинговых коммуникаций. Классификация рекламы. Структура рекламной деятельности. Цели рекламы как формы массовой коммуникации. (1 час)

Основные функции рекламы: информирование; увещевание; напоминание; позиционирование; удержание покупателей. Роль рекламы в формировании спроса и стимулировании сбыта товаров и услуг. Экономическая, информационная, социально-психологическая и культурная функции рекламы в современном обществе.

Классификация рекламы (в зависимости от типа рекламодателя, по охвату территории, по каналам распространения рекламы, в зависимости от отношения к прибыли, в зависимости от адресата и цели рекламирования).

Структура процесса рекламной коммуникации. Основные этапы рекламной коммуникации. Схема рекламной коммуникации. Участники рекламной коммуникации: характеристики и особенности. Рекламодатель. Рекламное агентство. Изготовитель рекламного продукта. Средства распространения рекламы. Потребитель в рекламе.

Тема 2. Социально-психологические основы рекламы. Реклама и ценности. (1 час)

Роль психических процессов в формировании рекламных образов. Психология мотивации в рекламе. Психографический анализ. Психотехнология рекламных средств с обратной связью. Реклама как искусство продвижения ценностей. Понятие рекламного продукта. Психология света, цвета и формы в рекламе. Миф как социально-психологический феномен рекламы. Деонтологические документы в рекламной деятельности. Деструктивные эффекты рекламной деятельности. Манипулятивный характер рекламы: вопросы этики и права.

Тема 3. Создание рекламы. Контент и дизайн. Основные элементы

рекламных средств. (1 час)

Функциональные и структурные особенности рекламного сообщения. Композиция рекламного сообщения. Вербальная и невербальная составляющая рекламного сообщения. Знаки и символы в рекламе. Виды товарных знаков. Соотношение текста и иллюстрации в рекламном сообщении. Структура и принципы создания рекламного текста.

Понятие слогана и его функции. Рекламный заголовок.

Реклама в электронных средствах массовой информации. Особенности рекламных сообщений в Интернете. Понятие о мобильном маркетинге. Интерактивные технологии в рекламе.

Тема 4. Основы рекламного менеджмента. Коммуникационные цели. Медиапланирование. Тактика планирования и проведения рекламной кампании. (1 час)

Рекламная служба в организации. Особенности рекламного менеджмента в СМИ. Роль, структура и функции рекламных агентств. Классификация коммуникационных целей. Понятие рекламной стратегии. Базовая информация для разработки рекламной стратегии. Факторы, влияющие на выбор творческой рекламной стратегии. Особенности планирования рекламной деятельности. Медиапланирование и его основные параметры. Методы формирования рекламного бюджета. Тактика проведения рекламной кампании.

Тема 5. Основные направления рекламной деятельности. Промышленная, коммерческая, социальная и политическая реклама. (1 час)

Основные виды рекламы: промышленная, коммерческая, политическая, социальная. Понятие товара в рекламе (реальные и воображаемые характеристики товаров; осязаемые и неосязаемые характеристики товаров). Товарная реклама. Имиджевая реклама. Корпоративная (престижная)

реклама. Деловая (или бизнес-реклама). Реклама для массового потребителя (потребительская реклама). Характерные черты коммерческой и некоммерческой рекламы. Социальная реклама. Политическая реклама и особенности ее правового регулирования.

Понятие торговой марки. Классификация торговых марок. Особенности рекламы торговой марки.

Тема 6. Особенности различных каналов распространения рекламы: пресса, телевидение, интернет, радио, мобильная связь, наружная реклама. (1 час)

Общенациональные и региональные газеты. Типология современной отечественной периодики. Наценки и скидки при продаже газетных и журнальных площадей.

Телевидение как средство рекламы. Способы распространения телевизионного сигнала. Жанры телевизионной рекламы. Система рейтингов на телевидении. Телевизионные сети. Телевещание в Интернете.

Радио как средство распространения рекламы. Ограничения и недостатки радиорекламы. Продажа эфирного времени. Радиовещание в Интернете.

Виды рекламы в Интернете. Контекстная и баннерная реклама. Реклама в социальных сетях. Маркетинг прямого отклика. Мобильный маркетинг. SMS-сообщения как рекламоноситель.

Раздел 2. Основы связей с общественностью

Тема 8. Связи с общественностью в системе массовых коммуникаций. Информационная, управленческая, регулятивная и другие функции PR. (1 час)

Роль и значение связей с общественностью в современном мире. PR в системе массовых коммуникаций. Определение понятия «Интегрированные

маркетинговые коммуникации» (ИМК). Основные компоненты системы ИМК: реклама, публич рилейшнз (PR), стимулирование сбыта (sales promotion) и прямые продажи (direct sale). Место PR в системе ИМК. Отличительные особенности PR: преимущества и недостатки. ATL (прямая реклама) и BTL как разные пути продвижения и сбыта товара. PR как часть BTL. Основные отличия PR и рекламы. Информационная, управленческая, регулятивная и другие функции PR.

Тема 9. Содержание связей с общественностью в различных сферах деятельности. Специфика PR в бизнесе, коммерции, политике, общественных организациях. (1 час)

Консалтинг в сфере связей с общественностью. Деятельность связей с общественностью коммерческой фирмы. Специфика использования основных методов PR в бизнес-деятельности. Технологии политического консультирования. Политический маркетинг и политическая реклама в деятельности политических партий. Выборы как кульминационный момент политических PR. Связи с общественностью в системе государственных и муниципальных органов. Связи с общественностью в некоммерческом секторе.

Ведущие методы публич рилейшнз (использование СМИ, печатное слово, Интернет, выставки и ярмарки, устная речь и так далее). Палитра специализаций в рамках PR. Проблемы правового и этического регулирования связей с общественностью в России.

Тема 10. Основные методы и формы работы по созданию и продвижению имиджа. Выставки, ярмарки, презентации, спонсорство, благотворительность. (1 час)

Фирменный стиль как система формальных идентификационных признаков. Конструирование корпоративного имиджа. Планирование корпоративных коммуникаций.

Выставки и ярмарки как инструмент продвижения фирмы. Конгрессно-выставочная деятельность. Структура презентации. Актуальные направления спонсорства: спорт, культура и искусство, образование и наука, профессиональные конференции и семинары. Фандрейзинг: мотивация спонсора и переговорный процесс. Приоритеты, объекты и формы благотворительной деятельности российских компаний. Приемы и методы организаций благотворительных акций.

Тема 11. Взаимодействие со средствами массовой информации. Правовые и этические аспекты. Подготовка и проведение мероприятий для журналистов. (2 часа)

Отношения со СМИ в структуре связей с общественностью. Формы и общие правила взаимодействия со средствами массовой информации в PR-деятельности. Правовое и этическое регулирование взаимодействия PR-специалистов с редакциями средств массовой информации.

Формы взаимодействия со средствами массовой информации в коммерческих связях с общественностью. Работа со средствами массовой информации в рамках политических и правительственных PR.

Подготовка и проведение мероприятий для журналистов: пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, подходы к прессе, деловые завтраки, творческие конкурсы, гранты.

Тема 12. Управление информацией и конструирование новости. (2 часа)

Виды сообщений в структуре Паблик Рилейшнз. Понятие о PR-тексте. PR-текст среди других текстов современной культуры. Способы конструирования новости в связях с общественностью. Придание дополнительного веса новости. Мифологизация и драматизация новостного потока. Информационное партнерство.

Формирование собственного новостного потока. Информационное

пространство региона как управленческий ресурс. Взаимодействие PR-специалиста и журналиста в процессе создания новостей. Приемы комментирования новостей.

Тема 13. Задачи и функции отдела по связям с общественностью. Требования к PR-специалисту. Внутрикorporативные коммуникации и их совершенствование. (2 часа)

Понятие о специальном событии; их признаки и разновидности. Цели организации специальных событий. Методы и формы работы с общественностью в рамках специальных событий. Церемонии открытия. Дни открытых дверей. Конференции. Механизмы корпоративной режиссуры в PR-деятельности. Планирование кампании по созданию публицити с помощью специальных событий.

Профессии имиджмейкера, спичрайтера, спиндоктора и пресс-секретаря. Организация коммуникативного пространства как одна из задач специалиста по связям с общественностью. Компетенции специалиста в сфере связей с общественностью.

Понятие о внутриорганизационных связях с общественностью (PR как подсистема организации). Средства внутрифирменных коммуникаций. Цели формирования философии фирмы. Миссия и кредо организации. История и мифология фирмы. Герои-основатели, символы и обряды фирмы. Система ценностей и этический кодекс фирмы. Использование методов PR для формирования корпоративной культуры и коммуникаций внутри фирмы.

Тема 14. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями. (2 часа)

Коммуникационная стратегия организации в условиях кризиса. Виды кризисных ситуаций. Подходы к классификации кризисных ситуаций. Основные характеристики кризиса. Этапы кризиса и проблема управления ситуацией в его условиях. Рекомендации по успешному преодолению

кризиса. Использование методов и средств Паблик Рилейшнз в антикризисном управлении. Технологии антикризисной коммуникации. Разработка и осуществление антикризисной PR-программы. Работа со СМИ в условиях кризиса.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (18 часов)

СЕМИНАР 1. Базовые представления о рекламной деятельности (2 час.)

1. Цели и функции рекламы.
2. Роль в системе маркетинговых коммуникаций.
3. Классификация рекламы.
4. Структура рекламной деятельности

СЕМИНАР 2. Деятельность по созданию рекламного продукта (2 час.)

1. Создание рекламной концепции.
2. Контент и дизайн: диалектическое взаимодействие.
3. Информационные и композиционные элементы рекламных сообщений.

СЕМИНАР 3. Основы рекламного менеджмента. (2 час.)

1. Коммуникационные цели.
2. Тактика разработки и проведения рекламной кампании.
3. Медиапланирование.

СЕМИНАР 4. Специальные мероприятия по формированию имиджа.

(2 час.)

1. Основные методы и формы работы по созданию и продвижению имиджа.

2. Выставки, ярмарки и презентации

3. Спонсорство и благотворительность.

СЕМИНАР 5. Информационное партнерство (2 час.)

1. Взаимодействие со средствами массовой информации.

2. Правовые и этические аспекты информационного партнерства.

3. Подготовка и проведение мероприятий для журналистов.

СЕМИНАР 6. Информационное пространство региона (2 час.)

как объект управления

1. Управление информацией и конструирование новости.

2. Взаимодействие PR-специалистов и журналистов в процессе создания новостей

3. Приемы повышения рейтинга и ретрансляции новостей

Практическое занятие № 1 План информационной кампании (2 час.)

Аудиторная работа в малых группах.

Разработать план информационной кампании для:

- пресс-службы органа местного самоуправления в связи с проведение Дня города

- пресс-службы некоммерческой организации для проведения мобилизации общественности на борьбу с детской беспризорностью в областном центре с населением около 1 млн. чел.

- пресс-службы департамента здравоохранения в связи с реализацией новой программы оказания медицинской помощи ветеранам труда.

Каждая группа проводит защиту своего проекта.

Практическое занятие № 2. Разработка медиаплана (4 час.)

Аудиторная работа в малых группах.

Разработать медиаплан для двух газет, телеканала, двух радиостанций и корпоративного сайта для региона с населением около 3 млн. человек.

Комплект прайс-листов и эфирных сеток прилагается. Цели кампаний:

- продвижение фирмы (информационный повод – 10 лет со дня основания);

- лоббирование областного закона об образовании для детей с ограниченными возможностями;

- защита интересов муниципального предприятия в связи с изменением порядка оплаты проезда пенсионерами в городе с населением около 1 млн. чел. Каждая группа проводит защиту своего плана

1. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Основы рекламы и связей 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.

III. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п / п	Контролируемые модули / разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование	
			текущий контроль	промежуточная аттестация

1	Раздел 1. Основы рекламы	ПК-1.4. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественно го журналистск ого опыта ПК-1.5. Готовит к публикации журналистск ий текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа	Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.	УО-2, УО- 3, УО-4, ПР-4, ПР-7	УО-1
2	Раздел 2. Основы связей с общественност ью	ПК-2.2 Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистск ом тексте и (или) продукте ПК-2.3 Контролирует соблюдение профессиона льных этических норм в журналистско м тексте и (или) продукте	Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта	УО-2, УО- 4, ПР-7, ПР-13	УО-1

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.

IV. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Public relations. Связи с общественностью для бизнеса : практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. Москва: Дашков и К°, 2015. 294 с.
2. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. Москва: Дашков и К°, Изд-во Шаркова, 2018. 324 с.
3. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. Москва: Аспект Пресс, 2016. 159 с.

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Копирайтинг & спичрайтинг [Текст]: эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. - Москва: Дашков и К°, 2012. – 258 с.
Луговой Д.Б. Копирайтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/

Луговой Д.Б.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017.— 131 с.

2. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 284 с.
3. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие для вузов / Н. Б. Руженцева. Москва: Флинта,; Наука, 2012. 180 с.
4. Условия успешного продвижения товара: практическое пособие / Е. И. Мазилкина. Москва : Дашков и К°, 2018. 170 с.
5. Холмогоров В. Просто копирайтинг / В. Холмогоров ; undefined С. Деменок ; отв. ред. С. Волкова. – СПб.: Страта, 2017. - 140 с.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочей программой учебной дисциплины «Основы рекламы и связей с общественностью» предусмотрены лекционные и практические занятия и контрольные работы. При этом лекционные занятия ориентированы на формирование у обучающихся студентов теоретических знаний об этапах, тенденциях и особенностях развития журналистики, о формировании современных теоретических взглядов на средства массовой информации и их аудиторию. Практические занятия призваны познакомить студентов с работами известных журналистов прошлого, с работами теоретиков СМИ и массовой культуры, способами продвижения СМИ в интернете.

Необходимыми и достаточными условиями для сдачи экзамена являются:

- знакомство с конспектами лекций, что проверяется преподавателем на собеседовании (УО-1);
- изучение основных источников, знакомство с которыми проверяется преподавателем на практических занятиях (УО-2, УО-3). Список основных источников приводится ниже;
- участие в дискуссиях (УО-4);
- написание рефератов (ПР-4)

– конспектирование отраслевых докладов ФАПМК (ПР-7)

Экзамен по дисциплине выставляются в соответствии с рейтинг-планами, разработанными преподавателем. Содержание рейтинг-планов доводится до каждого студента на вводной лекции в начале обучения.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

«Основы рекламы и связи с общественностью»

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	7 семестр	Подготовка к практическому занятию	24 час.	Работа на практических занятиях
2.	7 семестр	Подготовка материалов для письменной работы	24 час.	Защита реферата /доклада / эссе
3.	7 семестр	Написание исследов. работы реферат/доклад/) Подготовка к зачету	24 час.	Защита работы Устный опрос (зачет)
			72	

Характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению

Под самостоятельной работой понимается познавательная деятельность студентов, осуществляемая на всех видах учебных занятий, а так же в часы внеаудиторной подготовки к аудиторным занятиям. Следует отметить, что обучение студента – это не самообразование индивида по собственному произволу, а систематическая, управляемая преподавателем познавательная деятельность студента, направленная на развитие профессиональных и общекультурных компетенций, на преобразование информации в знание;

Структурно самостоятельную работу студента по изучению дисциплины можно разделить на две части – работа, организуемая преподавателем работа на аудиторных занятиях и работа, которую студент организует по своему усмотрению, без непосредственного контроля со стороны преподавателя.

Самостоятельная работа помогает студентам:

1) овладеть знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и т.д.);

- составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста и т.д.;

- работа со справочниками и др. справочной литературой;
- ознакомление с нормативными и правовыми документами;
- учебно-методическая и научно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др.;

2) закреплять и систематизировать знания:

- работа с конспектом лекции;
- обработка текста, повторная работа над учебным материалом учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей;

- подготовка плана;
- составление таблиц для систематизации учебного материала;
- подготовка ответов на контрольные вопросы;
- аналитическая обработка текста;

- подготовка мультимедиа презентации и докладов к выступлению на семинаре (конференции, круглом столе и т.п.);

- тестирование и др.;

- использовать известные программные продукты в учебной и научной деятельности;

3) формировать умения:

- подготовка к контрольным работам;

- подготовка к тестированию;

- проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности;

- анализ специализированного программного обеспечения;

- анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности и уровня умений студентов.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов должен осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Самостоятельная работа на лекции

Студенту необходимо быть готовым к лекции до прихода лектора в аудиторию, так как именно в первую минуту объявляется тема,

формулируется основная цель, дается перечень важнейших вопросов. Без этого дальнейшее понимание лекции затрудняется.

Эффективность познавательной деятельности студента при слушании всецело зависит от направленности его внимания. Внимание обусловлено единством субъективных и объективных причин. В зависимости от действия этих причин оно может быть произвольным, т.е. возникает помимо сознательного намерения человека, и произвольным, сознательно регулируемым, направляемым. Работа студента на лекции – сложный процесс, включающий в себя слушание, осмысливание и собственно конспектирование (запись).

Слушать на лекции фактически является лишь первым шагом в процессе осмысленного слушания, который включает в себя несколько этапов, начиная от речи лектора и кончая оценкой сказанного.

Каждый слушатель должен разделять ответственность за качество общения с говорящим. Лектор отвечает за эффективность выступления, а аудитория – за эффективность слушания.

Лекцию необходимо записывать, вести краткие конспекты, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Обычно запись производится в специальной тетради. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции.

Основное отличие конспекта от текста – отсутствие или значительное снижение избыточности, то есть удаление отдельных слов или частей текста, не выражающих значимой информации, а также замена развернутых оборотов текста более лаконичными словосочетаниями (свертывание). При конспектировании основную информацию следует записывать подробно, а дополнительные и вспомогательные сведения, примеры – очень кратко. Умение отделять основную информацию от второстепенной – одно из основных требований к конспектирующему. Хорошие результаты в выработке умения выделять основную информацию дает известный приём, названный условно приемом фильтрации и сжатия текста, который включает в себя две операции: 1. Разбивку текста на части по смыслу. 2. Нахождение в каждой части текста одного слова краткой фразы или обобщающей короткой формулировки, выражающих основу содержания этой части.

Рекомендуется применять систему условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким. Основные термины, повторяющиеся наиболее часто, могут быть выделены как ключевые слова и обозначены начальными заглавными буквами этих слов (сокращение, называемое аббревиатурой). Ключевые слова записываются первый раз полностью, после чего в скобках дается их аббревиатура. Процесс записи значительно облегчается при использовании сокращений общепринятых вспомогательных слов. В самостоятельной работе над лекцией целесообразным является использование студентами логических схем. Они в наглядной форме раскрывают содержание и взаимосвязь категорий, законов, понятий, наиболее важных фактов.

Прослушанный материал лекции студент должен проработать. Насколько эффективно он это сделает, зависит и прочность усвоения знаний. Опыт показывает, что только многократная, планомерная и целенаправленная обработка лекционного материала обеспечивает его надежное закрепление в долговременной памяти человека.

Повторение нужно разнообразить. При первом повторении изучаются все параграфы и абзацы, при втором, возможно, будет достаточно рассмотреть только отдельные параграфы, а в дальнейшем лишь тему лекции.

Необходимым является подготовка студента к предстоящей лекции. Основным требованием, предъявляемым к такой работе, является, прежде всего, систематичность ее проведения. Она включает ряд важных познавательно-практических этапов: чтение записей, сделанных в процессе слушания и конспектирования предыдущей лекции, вынесение на поля всего, что требуется при дальнейшей работе с конспектом и учебником; техническое оформление записей (подчеркивание, выделение главного, выводов, доказательств); выполнение практических заданий преподавателя; знакомство с материалом предстоящей лекции по учебнику и дополнительной литературе.

Самостоятельная работа при подготовке к практическому занятию.

Практическое занятие является формой учебного процесса, построенной на самостоятельном изучении студентами по заданию преподавателя отдельных вопросов, проблем и тем с последующим оформлением материала в виде доклада и его совместного обсуждения. Работа на практическом занятии не может быть ограничена пересказом заученного наизусть текста

учебника или лекционного материала, она предполагает углубление и развитие тех знаний, что были приобретены в ходе лекций и изучения учебной литературы. Поэтому для успешного участия в практическом занятии студенту необходимо провести серьезную подготовительную работу.

Подготовку к практическому занятию следует разбить на несколько взаимосвязанных этапов. Первый этап начинается с тщательного ознакомления с заданием и проблемой занятия. Следует учитывать, что в практическом занятии участвует вся группа, а потому представляется желательным процесс подготовки к семинару вести осуществлять коллективно. Задание должно быть охвачено полностью и рекомендованная литература должна быть освоена группой в полном объеме.

Обратившись к плану практического занятия, следует внимательно прочесть тему занятия и, используя имеющиеся знания и лекционный материал определить, какой исторической эпохе посвящено данное занятие. Каковы были основные события этой эпохи? Необходимо выяснить, какие исторические термины связаны с тематикой практического занятия, деятельность каких исторических личностей нашли в ней своё отражение.

Следующим шагом будет внимательное ознакомление с вопросами к практическому занятию. Студенту необходимо четко уяснить, какую задачу ставит перед ним преподаватель в каждом вопросе, какую проблему требуется раскрыть. Также следует четко определить хронологические рамки каждого вопроса, очертить круг относящихся к нему исторических терминов, и составить список исторических личностей, чья деятельность была связана с изучаемой темой. Только вооружившись этими знаниями, можно приступить к непосредственному изучению вопросов. Студент, пропустивший вышеописанный подготовительный этап, как правило, не имеет четкого представления, что именно ему требуется отыскать в рекомендованной литературе, а потому сильно рискует не найти ответы на поставленные вопросы, либо, что хуже, подготовится вообще не к тем темам, которые ставил преподаватель.

Работу со списком рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий. Прочитанный текст необходимо подвергнуть тщательной аналитической обработке, которая выражается в нескольких последовательных действиях. Прежде всего, необходимо вычлнить и отработать основные идеи данного научного произведения.

Затем, разделив текст на абзацы, следует отметить в каждом абзаце ключевые фразы, выражающие основные положения раздела. Эти положения, в свою очередь, по смыслу и содержанию необходимо объединить группы, после чего постараться сформулировать положения,

выражающие основную идею всей группы или раздела. Проведя эту операцию несколько раз, всё более увеличивая уровень обобщения, можно вычленить основную идею изучаемого текста и набор тезисов, последовательно эту мысль раскрывающих. Таким образом, по итогам работы студент получит полноценный конспект исследуемого текста.

Соотнеся полученный конспект с заданием к практическому занятию, следует составить тезисный план ответа на поставленные вопросы. Тезисный план составляется отдельно к каждому вопросу. Этот план необходимо расширить, раскрыв содержание каждого из тезисов, проиллюстрировав его на конкретных примерах. Поэтому необходимо ещё раз прочитать текст учебного пособия, выискивая в нем информацию, касающуюся конкретных проблем и вопросов.

Поэтому следующим этапом подготовки к практическому занятию является поиск, чтение и анализ дополнительной литературы, прежде всего той, которая указана в списке рекомендованной преподавателем к занятию в качестве дополнительной, хотя право привлечения студентом иных, не указанных преподавателем источников не ограничивается. Такую литературу следует искать используя не только возможности научной библиотеки ДВФУ, но и привлекая фонды научной библиотеки Приморского края, а так же ресурсы электронных библиотек, размещенных в сети Internet.

Аналитическая работа с дополнительной литературой осуществляется по тому же общему алгоритму, что и работа с литературой основной. Полученная из дополнительных источников информация заносится в конспект ответа к вопросу, расширяя уже имеющийся тезисный план, наполняя его фактологическим материалом.

При оформлении тезисного плана-конспекта следует учитывать, что устное выступление по одному вопросу занятия должно составлять не более 10-15 минут. Выступления должны быть по возможности компактными и в то же время вразумительными. При подготовке ответа на вопросы занятия следует предусмотреть возможность ответа на дополнительные вопросы сокурсников и преподавателя, которые могут возникнуть после выступления по освещаемому вопросу темы.

Тщательная подготовка к практическим занятиям имеет очень большое значение: занятие пройдет так, как аудитория подготовилась к его проведению. На семинар желательно являться с запасом сформулированных идей, при этом высказываемые студентом мнения и собственные позиции должны опираться на фактический материал и быть обоснованными. Студенту следует помнить, что на практическом занятии идет не проверка подготовки к занятию (подготовка есть необходимое условие), но степень

проникновения в суть материала, обсуждаемой проблемы. Поэтому в ходе самого практического занятия следует вести себя корректно, внимательно слушать выступления своих однокурсников, при необходимости задавать им уточняющие вопросы, для чего в течение занятия следует делать небольшие пометки.

При подготовке к некоторым практическим занятиям, проходящим в жанре дебатов или дискуссии, преподаватель заранее разделяет группу на стороны-участники дискуссии. В таком случае каждому студенту рекомендуется ознакомиться с точкой зрения своей стороны и написать эссе на эту тему. Эссе сдаётся преподавателю сразу после практического занятия.

После подведения итогов занятия необходимо постараться устранить недостатки, отмеченные преподавателем, благодаря чему закрепление результатов занятия приведет к лучшему усвоению материала изученной темы и лучшей ориентации в структуре дисциплины «Современные технологии производства и продвижения средств массовой информации». Вышеприведённая процедура подготовки к практическим занятиям должна практиковаться регулярно – стабильная и прилежная работа в течение семестра суть залог успеха на сессии.

Работа с текстом книги или статьи.

В процессе чтения текста важно понять, что каждое слово, словосочетание, фразеологический оборот несут определенную смысловую нагрузку. Встречающиеся в книге, статье, незнакомые или непонятные слова нуждаются в уточнении. Смысл, значение новых непонятных слов можно найти в энциклопедиях, словарях, справочных изданиях, которые есть в библиотеках и информационных базах Internet сети.

Понять все слова в тексте – необходимая основа для понимания учебного материала. Следующий шаг – выделение ключевых слов и фраз. Они несут основную смысловую и эмоциональную нагрузку текста. Ключевыми являются те слова и предложения, которые несут основной смысловой и эмоциональный заряд текста, раскрывают его главную мысль. Выделение ключевых слов, фраз в тексте сопровождается активной мыслительной работой, поскольку выявляются взаимные связи, зависимости, причины, следствия, устанавливается сходство и различие с уже известным учебным материалом, выясняется правдоподобие и реальность излагаемых суждений и фактов. Поиск собственных ответов на вопросы, заданные самому себе, последующее их сравнение с реальным содержанием текста вырабатывают навыки и умения самостоятельно анализировать, обобщать, выделять главное.

Чтобы понять общий смысл, главную мысль книги, статьи необходим постоянный мысленный анализ текста, «диалог» с ним. «Диалог с текстом» ведется по ходу всего чтения в форме вопросов типа: Чем это можно объяснить? Почему сделан такой вывод? Как это соотносится с тем, что говорилось ранее? Что для этого делается на практике? Где это можно применить? и т.д.

Результатом активной мыслительной работы с текстом становится не только более высокий уровень знаний, но и развитие интеллектуальных способностей.

Составление плана и конспекта прочитанного.

После того, как материал учебника или статьи прочитан, более глубокому его осмыслению и пониманию способствует составление плана. В нем систематизируется все, что было получено в результате мыслительной обработки текста. План может быть устным или письменным. Главное, чтобы он раскрывал и развивал главную мысль прочитанного. Хорошим считается такой план, который четко выражает основное содержание текста, делает его компактным и удобным для хранения в памяти. Объем, форма и содержание плана сугубо индивидуальны и составляются студентом для самого себя.

Вместе с тем существует определенная общая методика, которая позволяет составить удобный план. Она заключается в том, что прочитанный текст (книга, статья, параграф) делится на части, каждая из которых содержит законченное сообщение по какой-либо проблеме, вопросу. Затем на основе выделенных ключевых слов, фраз формулируется главная мысль каждой части текста. Главная мысль всего текста может стать заголовком плана. Таким образом, план будет представлять собой перечисление логически связанных между собой главных мыслей прочитанного. К каждому пункту плана может даваться дополнительный краткий материал, обосновывающий то или иное положение плана.

Другой формой разработки плана является самостоятельное составление структурно-логических схем, рисунков, чертежей, опорных сигналов, раскрывающих содержание текста. Они позволяют отразить не только основные понятия, но и взаимосвязь структурных элементов, динамику изучаемого явления или процесса.

Осмыслению, пониманию и запоминанию учебного материала способствует составление конспекта – систематизированной, логически связанной записи прочитанного. Под конспектированием понимается такая мыслительная обработка текста, которая приводит к его сокращению, но не искажает основного смысла.

Рекомендации по составлению конспекта

Конспект – это наиболее совершенная форма записей. Это слово произошло от лат (conspectus), что означает обзор, изложение.

В конспекте, составленном по правилам, сосредоточено самое главное, основное в изучаемой теме, разделе или произведении. В нем сосредоточено внимание на самом существенном, в кратких обобщенных формулировках приведены важнейшие теоретические положения.

Конспектирование

- способствует глубокому пониманию и прочному усвоению изучаемого материала;
- помогает выработке умений и навыков правильного, грамотного изложения в письменной форме теоретических и практических вопросов;
- формирует умения ясно излагать чужие мысли своими словами.

Конспект может быть текстуальным и тематическим.

В текстуальном конспекте сохраняется логика и структура изучаемого текста. Запись делается в соответствии с расположением материала в тексте или книге.

В тематическом конспекте это делается иначе: за его основу берется не план произведения, а содержание темы, проблемы.

Текстуальный конспект. Этапы работы.

1. Конспектирование делается только после того, как прочитано или усвоено, продумано произведение.

2. Необходимо мысленно или письменно составить план произведения. По этому плану и будет строиться текстуальный конспект далее.

3. Составление самого конспекта. Можно сказать, что конспект – это расширенные тезисы, дополненные рассуждениями и доказательствами, содержащимися в произведении, а также собственными мыслями и положениями составителя конспекта. Конспект также включает и выписки. В него могут включаться отдельные дословно цитируемые места произведения или материала, а также примеры, цифры, факты, схемы, взятые из конспектируемого произведения. Конспект требует большего наполнения знаниями, чем только фиксация неких сведений. Поэтому для полноценного и успешного конспектирования требуется дальнейшая работа над материалом и определения, связи того или иного произведения с другими в данной тематике или проблематике.

4. Оформление конспекта. Приступая к конспектированию, следует подумать и о его оформлении. Для этого требуется указать:

- имя автора,

- полное название работы,
- место и год издания,
- для статьи указывается, где и когда она была напечатана,
- страницы изучаемого произведения, чтобы можно было, руководствуясь записями, быстро отыскать в тексте нужное место.

Писать конспект рекомендуется четко и разборчиво. Небрежная запись со временем становится малопонятной даже для ее автора. Существует общее правило: конспект, составленный для себя, должен быть написан так, чтобы его легко прочитал кто-нибудь другой.

При конспектировании допускается сокращение слов, но здесь следует допускать известную осторожность и меру. Использование общеупотребительных сокращений не вызывает сомнений и опасений. В большинстве же случаев каждый составитель вырабатывает свои сокращения. Однако если они не систематизированы, то лучше их не применять. Случайные сокращения ведут к тому, что спустя некоторое время конспект становится непонятным и неудобочитаемым. Недопустимы сокращения в наименованиях и фамилиях.

В конспекте можно выделять места текста в зависимости от их значимости. Для этого применяются различного размера буквы, подчеркивания, замечания на полях.

В конспекте могут быть диаграммы, таблицы, схемы, которые придают ему наглядность, способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

Конспект, обычно ведется в тетрадях или на отдельных листках.

Записи в тетрадях:

- легче оформить,
- они занимают меньше места,
- их удобно брать и носить с собой на лекцию, семинары и т.д.

Рекомендуется оставлять в тетрадях поля для последующей работы над конспектом, для дополнительных записей, замечаний, пунктов плана. Тетрадный конспект вести намного легче, чем конспектировать на листках.

Однако конспект в тетради имеет и недостатки: в нем мало место для пополнения новыми сведениями, материалами, выводами, обобщениями.

Конспект на отдельных листках:

- из него удобно извлечь отдельную, понадобившуюся запись;
- его можно быстро пополнить листками с новыми сведениями и материалами, выводами и обобщениями;
- при подготовке выступлений лекций, докладов легко подобрать листики из различных конспектов, свести их вместе;
- в результате конспект может стать тематическим.

Недостатки конспекта на отдельных листках:

- необходимы папки для их хранения, которые можно перепутать, рассыпать;
- возникает также необходимость писать на них порядковый номер или какой-нибудь индекс, название конспектируемого произведения.

Однако такая затрата времени окупается мобильными и удобными преимуществами.

Сокращение осуществляется различными способами. Это может быть как переформулирование, т.е. перевод текста на свой язык, так и выделение ключевых слов с последующим отбрасыванием второстепенной информации.

Существует несколько разновидностей конспектов, которые можно условно разделить на плановые (план-конспекты), текстуальные, свободные и тематические.

• **Плановый конспект (план-конспект)** – составляется на основе созданного плана. Каждый вопрос плана раскрывается необходимой информацией в виде цитат, таблиц, схем или свободно изложенного текста. Если какой-то пункт плана не требует дополнений и разъяснений, то его можно не сопровождать дополнительной информацией. Это одна из особенностей короткого план-конспекта, помогающего лучше усвоить материал уже в процессе его изучения. Составление такого конспекта формирует умение последовательно и четко излагать свои мысли, обобщать содержание учебника или книги.

• **Текстуальный конспект** – представляет собой набор цитат, связанных друг с другом логическим переходом. Такой конспект является источником дословных высказываний автора. Он помогает выявить и проанализировать спорные моменты. Данный вид конспектирования целесообразно использовать для сравнительного анализа различных точек зрения, высказанных разными авторами по одной проблеме. Написание текстуального конспекта требует определенных умений быстро и правильно определить главную мысль текста, подобрать выражающую ее цитату.

• **Свободный конспект** – сочетает в себе выписки, цитаты, собственные формулировки. Часть текста может быть представлена в виде структурно-логических схем, рисунков, таблиц. Составление такого конспекта развивает способность кратко формулировать собственные мысли, обосновывать и аргументировать основные положения текста, способствует изучению учебного материала, расширению активного запаса слов. Свободный конспект является наиболее полезным при проработке гуманитарной, экономической литературы, самостоятельном изучении учебных дисциплин.

Последовательность написания его такова: прочитать, понять, осмыслить, четко и кратко записать.

• Тематический конспект – разрабатывается для углубленного изучения и осмысления узко специализированного вопроса или темы. Особенность такого конспекта в том, что он не отображает всего содержания прочитанного материала одного или нескольких источников. Студент обычно делает записи только тех положений, которые имеют непосредственное отношение к изучаемому им вопросу. Составление тематического конспекта помогает всесторонне обдумать интересующую проблему, проанализировать имеющиеся точки зрения на ее решение, активизировать собственные знания по данной теме.

Написание реферата:

Реферат

Реферат (от лат. *referre* – докладывать, сообщать) является одной из форм самостоятельной работы студента, предусмотренной учебным планом.

Реферат – это обзор, представляющий собой сжатое, систематизированное изложение современного состояния какой-либо проблемы по изучаемой дисциплине (направлению) или другого общественного явления, вида деятельности и т.д., рассматриваемых в первичных документах, научных или литературных источниках, отобранных при составлении реферата.

Обзоры подразделяются на *аналитические, библиографические и реферативные*.

Аналитические обзоры содержат анализ и оценку первоисточников, выводы и рекомендации по существу исследуемой проблемы.

Библиографические обзоры представляют собой разбор публикаций, в которых освещается исследуемая проблема.

Реферативные обзоры традиционно характеризуют проблемы, рассматриваемые в первоисточниках, без критической оценки и собственных рекомендаций. По заданию преподавателя реферат для студентов может содержать необходимые оценки и рекомендации.

Средний объем реферата – 15–20 страниц компьютерного текста. Все материалы, не являющиеся важными для понимания проблемы, выносятся в приложения. Рисунки, схемы, графики и другие приложения в объем реферата не входят.

Структура реферата: содержание, введение, основная часть, состоящая из нескольких глав или разделов, заключение, список использованной

литературы.

Подготовка презентации и доклада

Презентация, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «... способ подачи информации, в котором присутствуют рисунки, фотографии, анимация и звук». Для подготовки презентации рекомендуется использовать: PowerPoint, MS Word, Acrobat Reader, LaTeX-овский пакет beamer. Самая простая программа для создания презентаций – Microsoft PowerPoint. Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

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.

Доклад, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «... сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию». Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут. Докладчики должны знать и уметь: сообщать новую информацию; использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут); иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название, сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление

рассматриваемых вопросов, живую интересную форму изложения, акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода. Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

Контроль самостоятельной работы студентов предусматривает:

- соотнесение содержания контроля с целями обучения;
- объективность контроля;
- валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить);
- дифференциацию контрольно-измерительных материалов.

Формы контроля самостоятельной работы.

1. Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем.
2. Самопроверка, взаимопроверка выполненного задания в группе.
3. Обсуждение результатов выполненной работы на занятии.
4. Тестирование.
5. Письменный опрос.
6. Устный опрос.
7. Индивидуальное собеседование.
8. Собеседование с группой.
9. Зачет.

Критерии оценки результатов самостоятельной работы

Критериями оценок результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентами учебного материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность общеучебных умений;

• умения студента активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;

• обоснованность и четкость изложения ответа;

• оформление материала в соответствии с требованиями;

• умение ориентироваться в потоке информации, выделять главное;

• умение четко сформулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;

• умение показать, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;

• умение сформировать свою позицию, оценку и аргументировать ее.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения о материально-техническом обеспечении и оснащенности образовательного процесса: лекционные и практические занятия по дисциплине «Современные технологии производства и продвижения средств массовой информации» проходят в аудиториях, оборудованных компьютерами типа Lenovo C360G-i34164G500UDK с лицензионными программами MicrosoftOffice 2010 и аудио-визуальными средствами проектор Panasonic DLPProjectorPT-D2110XE, плазма LG FLATRON M4716CCBAM4716CJ. Для выполнения самостоятельной работы студенты о в жилых корпусах ДВФУ обеспечены Wi-Fi.

Освоение дисциплины «Современные технологии производства и продвижения средств массовой информации» предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: Мультимедийная аудитория, вместимостью более 30 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже IntelCorei3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
<p>Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48</p>	<p>г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 413, 422, 423</p>

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.

VII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Паспорт ФОС

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Авторский	ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики различных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.4. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта ПК-1.5. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа
Редакторский	ПК-2 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми	ПК-2.1 Приводит журналистский текст (или) продукт разных видов в

	нормами, стандартами, стилями, технологическими требованиями различных СМИ и других медиа	соответствие с языковыми нормами ПК-2.2 Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте ПК-2.3 Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте
--	---	--

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.4. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта	Знает основные понятия и категории рекламы и PR, специфику данных коммуникативных сфер и их функционал, типы рекламных и PR-текстов и способы их распространения, особенности поведения субъектов, участвующих в рекламной и PR-коммуникации
	Владеет компетенциями, необходимыми журналисту для взаимодействия с агентами рекламной и PR-деятельности, а также базовыми навыками работы в пресс-службах, рекламных агентствах и проч.
ПК-1.5. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа	владеть навыками создания и анализа рекламных и PR-посланий применительно к общередакционным потребностям (в том числе связанным с формированием имиджа СМИ, продвижения медиапродукта) и задачам обеспечения общественного резонанса публикаций
ПК-2.2 Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте	Умеет применять полученные знания к общередакционным потребностям и задачам обеспечения общественного резонанса публикаций
ПК-2.3 Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте	Знает правовые и этические принципы функционирования рекламы и PR в СМИ
	Владеет представлением о технологиях и содержании PR, регулируемых этическими и правовыми нормами, международными кодексами и стандартами

Для дисциплины «Основы рекламы и связей с общественностью» используются следующие оценочные средства:

- 1) Устный опрос (УО):
 - Собеседование (УО-1)

- Коллоквиум (УО-2)
 - Доклад, сообщение (УО-3)
 - Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4)
- 2) Письменные работы (ПР):
- Реферат (ПР-4)
 - Конспект (ПР-7)
 - Творческое задание (ПР-13)

№ п / п	Контролируемые модули / разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел 1. Основы рекламы	ПК-1.4. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта ПК-1.5. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа	Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.	УО-2, УО-3, УО-4, ПР-4, ПР-7	УО-1
2	Раздел 2. Основы связей с общественностью	ПК-2.2 Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или)	Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта	УО-2, УО-4, ПР-7, ПР-13	УО-1

		продукте ПК-2.3 Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте			
--	--	---	--	--	--

Оперативную информацию об усвоении учебного материала, формировании умений и навыков можно получить в ходе наблюдения, которое является основным методом при текущем контроле, проводится с целью измерения частоты, длительности, топологии действий студентов, обычно в естественных условиях с применением не интерактивных методов.

Устный опрос (УО)

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор студента (магистранта), умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки.

Опрос – важнейшее средство развития мышления и речи. Он обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену.

Собеседование (УО-1) – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Коллоквиум (УО-2) – средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.

Доклад, сообщение (УО-3) – Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4) – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс

обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Письменные работы

Письменный ответ приучает к точности, лаконичности, связности изложения мысли. Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе. Письменные работы по данной дисциплине представляют собой либо эссе (например, «Повседневная жизнь России начала XX в. в зеркале прессы того времени», «Образ будущего в советской газете 1950–1970-х гг.» и т.п.), либо изготовление номера газеты или журнала по образцу изданий XVIII–XIX вв.

Важнейшими достоинствами тестов и контрольных работ являются: а) экономия времени преподавателя (затраты времени в два-три раза меньше, чем при устном контроле); б) возможность поставить всех студентов в одинаковые условия; в) возможность разработки равноценных по трудности вариантов вопросов; г) возможность объективно оценить ответы при отсутствии помощи преподавателя; д) возможность проверить обоснованность оценки; е) уменьшение субъективного подхода к оценке подготовки студента, обусловленного его индивидуальными особенностями.

Принципы составления контрольных работ: а) задания разные по сложности и трудности; б) задания могут включать в себя вопросы повышенного уровня, необязательные для выполнения, но за их решение студенты могут получить дополнительную оценку, а преподаватель – возможность выявить знания и умения, не входящие в обязательные требования программы; в) в состав контрольной работы входят не только расчетные задачи, но и качественные, требующие, например, графического описания процессов или анализа явлений в конкретной ситуации.

Во время проверки и оценки письменных работ проводится анализ результатов выполнения, выявляются типичные ошибки, а также причины их появления. Анализ работ проводится оперативно.

При проверке письменных работ преподавателю необходимо исправить каждую допущенную ошибку и определить полноту изложения вопроса, качество и точность расчетной и графической части, учитывая при этом развитие письменной речи, четкость и последовательность изложения мыслей, наличие и достаточность пояснений, культуру в предметной области.

Тесты (ПР-1) – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Ведущий преподаватель не одобряет широкого

использования тестовой системы для выставления оценок, но считает разумным использовать тесты уже после выставления оценок (на следующий семестр) для проверки остаточных знаний.

Реферат (ПР-4) – форма письменной работы, которую рекомендуется применять при освоении вариативных (профильных) дисциплин профессионального цикла. Представляет собой краткое изложение содержания научных трудов, литературы по определенной научной теме. Объем **реферата** может достигать 10–15 стр.; время, отводимое на его подготовку – от 2 недель до месяца

Конспект (ПР-7) – продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения, прочитанной литературы.

Творческое задание (ПР-13) – 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.

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели	Баллы
ПК-1.4. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта	знает (пороговый уровень)	Знает основные понятия и категории рекламы и PR, специфику данных коммуникативных сфер и их функционал, типы рекламных и PR-текстов и способы их распространения, особенности поведения субъектов, участвующих в рекламной и PR-коммуникации	нарушает логику и структуру ответа; при ответе не всегда точно приводятся примеры нормативно-правовой базы; имеются существенные содержательные ошибки; не всегда делает аргументированные выводы; отвечает не на все дополнительные уточняющие вопросы.	Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и несут репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	до 62
	владеет (высокий)	Владеет компетенциями, необходимыми журналисту для взаимодействия с агентами рекламной и PR-деятельности, а также базовыми навыками работы в пресс-службах, рекламных агентствах и проч.	свободно оперирует знаниями нормативно-правовой базы; грамотно раскрывает содержание понятий; полно раскрывает современное состояние проблемы; делает аргументированные и структурированные	Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности,	86–100

			выводы; полно и грамотно отвечает на все вопросы.	высокая адаптивность практического навыка	
ПК-1.5. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа	владеет (высокий)	владеет навыками создания и анализа рекламных и PR-посланий применительно к общередакционным потребностям (в том числе связанным с формированием имиджа СМИ, продвижения медиапродукта) и задачам обеспечения общественного резонанса публикаций	свободно оперирует знаниями нормативно-правовой базы; грамотно раскрывает содержание понятий; полно раскрывает современное состояние проблемы; делает аргументированные и структурированные выводы; полно и грамотно отвечает на все вопросы.	Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка	86–100
ПК-2.2 Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте	умеет (продвинутый)	Умеет применять полученные знания к общередакционным потребностям и задачам обеспечения общественного резонанса публикаций	строит ответ логично, в соответствии с планом; при раскрытии содержания понятий допускает неточности в формулировках определений; демонстрирует творческий подход; демонстрирует технологические решения; представляет механизмы осуществления различных операций.	Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	62–85

Текущий контроль является одним из основных видов проверки знаний, умений и навыков студентов. Он позволяет получать непрерывную информацию о ходе и качестве усвоения учебного материала и на основе этого оперативно вносить изменения в учебный процесс. Другими важными задачами текущего контроля является стимуляция регулярной, напряженной и целенаправленной работы студентов, активизация их познавательной деятельности, определение уровня овладения студентами умениями самостоятельной работы, создание условий для их формирования. Проведение текущего контроля – это продолжение обучающей деятельности преподавателя. Текущий контроль является органической частью всего учебного процесса, он тесно связан с изложением, закреплением, повторением и применением учебного материала.

Промежуточная аттестация является основной формой контроля учебной деятельности студентов и проводится с целью определения: соответствия уровня и качества подготовки специалиста Государственному образовательному стандарту; полноты и прочности теоретических знаний по

дисциплине, умений применять полученные теоретические знания при решении практических задач; наличия умений самостоятельной работы с учебной и научной литературой.

Устный опрос как контроль знаний студентов осуществляется в виде фронтальной и индивидуальной проверки.

Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного материала, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что в активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически увязанными друг с другом и даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание учебного элемента. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность провести входную диагностику, то есть выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был разобран непосредственно на занятии. Вопросы должны иметь преимущественно поисковый характер, чтобы побуждать студентов к самостоятельной мыслительной деятельности.

Индивидуальный устный опрос позволяет выявить правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, степень развития логического мышления, культуру речи студентов. Эта форма применяется для текущего и тематического учета, а также для отработки и развития экспериментальных умений студентов. При этом устную проверку считают эффективной, если она направлена на выявление осмысленности восприятия знаний и осознанности их использования, если она стимулирует самостоятельность и творческую активность студентов.

Устный опрос осуществляется на каждом занятии, хотя оценивать знания студентов не обязательно. Главным в контроле знаний является определение проблемных мест в усвоении учебного материала и фиксирование внимания студентов на сложных понятиях, явлениях, процессах.

В процессе устного опроса используется коллективная работа группы, наиболее действенными приемами, которой являются: обращение с вопросом ко всей группе; конструирование ответа; рецензирование ответа; оценка ответа и ее обоснование; постановка вопросов студентами самими студентами; взаимопроверка; самопроверка.

Вопросы для устной проверки знаний делятся на основные, дополнительные и вспомогательные. Основные вопросы предполагают

самостоятельный развернутый ответ. Дополнительные – направлены на уточнение того, как студент понимает определенный вопрос, формулирует ответ, делает выводы и т.д. Вспомогательные вопросы имеют целью исправления ошибок и неточностей, если таковые имели место в ответе студента.

Для углубления и расширения знаний студентов формулируются индивидуальные задания исследовательского характера, например, подготовить сообщение по вопросам учебного материала, подобрать дополнительный материал по изучаемым вопросам. Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает положительные стороны, указывает на недостатки ответов, делает вывод о том, как изучен учебный материал. При выставлении рейтинга ответа на вопрос преподаватель учитывает его правильность и полноту, осознанность, логичность изложения материала, культуру речи, умение увязывать теоретические положения с практикой и с будущей профессиональной деятельностью.

Собеседование – специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний студента по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Критерии оценки устного ответа студента:

- правильность ответа на вопрос (верное, четкое и достаточно глубокое изложение идей, понятий, фактов);
- полнота и одновременно лаконичность ответа;
- новизна учебной информации, степень использования последних научных достижений и нормативных источников;
- умение связать теорию с практикой и творчески применить знания к оценке сложившейся ситуации;
- логика и аргументированность изложения;
- грамотное комментирование, приведение примеров и аналогий;
- культура речи.

Зачетно-экзаменационные материалы по дисциплине

«Основы рекламы и связей с общественностью»

Вопросы к зачету

1. Предпосылки возникновения связей с общественностью.
2. Коммуникативные особенности СО.
3. Структурные элементы связей с общественностью.
4. Цели связей с общественностью. Задачи СО.
5. Функции СО.
6. Основные этапы становления и развития СО.
7. Особенности вербальных коммуникаций в СО.
8. Формы PR-деятельности.
9. Специальные PR-мероприятия, как форма взаимодействия с общественностью.
10. Виды PR-мероприятий и их характеристики.
11. Цели и задачи внешнего PR.
12. Процесс PR-воздействия. Специфика процесса.
13. Управление PR-процессом. Постановка цели и планирование в СО.
14. Управление PR-процессом. Контроль и оценка эффективности деятельности.
15. Основные законодательные акты, регулирующие СО.
16. Специфика саморегулирования в СО. Основные документы саморегулирования.
17. Сущность Афинского кодекса.
18. Цели и задачи внутрифирменных коммуникаций.
19. Виды внутрифирменных PR-коммуникаций. Достоинства и недостатки.
20. Аудитории внутрикорпоративного PR. Характеристики аудиторий.
21. Корпоративная культура. Роль PR в формировании корпоративной культуры.
22. Внешний PR. Основные группы общественности.
23. Характеристики групп общественности и их особенности.
24. Пресс-служба. Структура пресс-службы.

25. Структура типового PR-агентства.
26. Профессиональные требования к специалисту в сфере связей с общественностью.
27. Специфика связей с общественностью в коммерческих структурах.
28. Специфика связей с общественностью в некоммерческих структурах.
29. Правила взаимодействия со СМИ.
30. Функции специалиста по СО во взаимодействии со СМИ.
31. Основные формы взаимодействия со СМИ, их достоинства и недостатки.
32. Брифинг, как форма взаимодействия со СМИ.
33. Пресс-конференция, как форма взаимодействия со СМИ.
34. Пресс-релиз, как инструмент взаимодействия со СМИ.
35. Особенности подготовки пресс-релиза.
36. Особенности использования аудио-визуальных средств в связях с общественностью.
37. Понятие информационного повода. Использование информационных поводов в PR.
38. Кризисные коммуникации. Цели и задачи кризисного PR.
39. РАСО. Основные функции организации.
40. Кодекс РАСО. Общие профессиональные принципы специалиста по СО в России.
41. Специфика рынка PR в России.
42. Основные участники рынка PR в России.
43. Основные тенденции развития PR в России.
44. Роль выставочных мероприятий в СО.
45. Характеристика международного рынка PR.

**Описание показателей и критериев оценивания компетенций на
различных этапах их формирования**

**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

✓ **85-76баллов** - 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	50-60баллов (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 не последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint 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 определено 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.

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии

✓ **100-86 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 международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ **85-76 баллов** - работа студента/группы 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.

✓ **75-61 балл** – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные

источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ **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 смыслового содержания раскрываемой проблемы.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Основы рекламы и связей с общественностью» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «» проводится в форме контрольных мероприятий (*защиты контрольной работы (ПР-2), реферата (ПР-4), доклада, сообщения (УО-3), коллоквиума (УО-2), собеседования (УО-1), участия в круглом столе, дискуссии (УО-4), проверки конспектов (ПР-7)* 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.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Основы рекламы и связей с общественностью» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

По дисциплине «Основы рекламы и связей с общественностью» учебным планом предусмотрен экзамен как вид промежуточной аттестации, который проводится в виде устного опроса в форме собеседования по

вопросам изучаемой дисциплины.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете по дисциплине
«Основы рекламы и связей с общественностью»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-86 баллов	<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, 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 баллов	<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.
75-61 балл	<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.

60-50 баллов	<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.
--------------	------------------------------	---