

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Основы рекламы и паблик рилейшнз

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.02 - Журналистика

Направленность образовательной программы

Периодическая печать

Форма обучения

очная, заочная, очно-заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.28 Основы рекламы и публичных отношений относится к обязательной части образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

| Формируемые компетенции (код, содержание компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции | | Наименование оценочного средства | |
|---|---|---|------------------------------------|---------------------------------|
| | Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора) | Результаты обучения по дисциплине | Для текущего контроля успеваемости | Для промежуточной аттестации |
| УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1: Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия УК-3.2: Имеет практический опыт участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности, опыт распределения ролей в условиях командного взаимодействия. | УК-3.1: Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия; Умеет применять различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия; Владеет навыками формирования отношений с окружающими людьми, с коллегами; УК-3.2: Знает приемы и методы распределения ролей в условиях участия в проектах и командной работы; Умеет применять на практике приемы взаимодействия в рамках командной работы; Владеет практическим опытом участия в командной работе, в социальных проектах, в шефской или волонтерской деятельности | Собеседование | Экзамен: Контрольные вопросы |
| ОПК-2: Способен учитывать | ОПК-2.1: Знает систему общественных и | ОПК-2.1: Знать систему общественных | Дискуссия | |

| | | | | |
|---|---|---|--------------------|---------------------------------|
| тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиaproдуктах, и (или) коммуникационных продуктах | государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. ОПК-2.2: Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов | и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; Уметь ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ; Владеть навыками анализа основных тенденций формирования социальной структуры современного общества, проблем в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ ОПК-2.2: Знать принципы объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов; Уметь воплощать в практической деятельности принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов; Владеть навыками соблюдения на практике принципов объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов; | | Экзамен: Контрольные вопросы |
| ОПК-4: Способен отвечать на | ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с | ОПК-4.1: Знать специфику аудитории | Творческое задание | Экзамен: |

| | | | | |
|--|--|--|--|---------------------|
| запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ОПК-4.2: Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты | <p>СМИ, иметь представление о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения;</p> <p>Уметь использовать в профессиональной деятельности эффективные формы взаимодействия с аудиторией и приемы изучения и управления общественным мнением;</p> <p>Владеть навыками анализа аудитории СМИ, а также использования приемов эффективного взаимодействия в процессе воздействия на общественное мнение</p> <p>ОПК-4.2: Знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним; - теоретические аспекты психологии журналистики и журналистского творчества;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности методы изучения аудитории, использовать основные методы изучения общественного мнения и эффективные формы взаимодействия с ним; - учитывать в профессиональной деятельности</p> | | Контрольные вопросы |
|--|--|--|--|---------------------|

| | | | | |
|--|---|--|--------------------|---------------------------------|
| | | <p>психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте;</p> <p>Владеть навыками использования знаний о методах изучения аудитории, понимании социального смысла общественного участия в функционировании СМИ, природы и роли общественного мнения при создании журналистских текстов и (или) продуктов; -анализа и самоанализа практической деятельности в контексте использования знаний о психологических и социально-психологических составляющих функционирования СМИ, особенностях работы журналиста в данном аспекте</p> | | |
| ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | <p>ОПК-7.1: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.</p> <p>ОПК-7.2: Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста</p> | <p>ОПК-7.1: Знать функции СМИ и массовой коммуникации, иметь представление о таких понятиях, как свобода и социальная ответственность журналистики и журналиста, а также специалиста в области массовых коммуникаций, общественная миссия журналистики и сферы массовой коммуникации (реклама, связи с общественностью, издательское дело, медиакоммуникация);</p> <p>Уметь осуществлять общественную миссию журналистики и сферы массовой коммуникации, эффективно реализовывать функции СМИ и массовой коммуникации</p> | Творческое задание | Экзамен: Контрольные вопросы |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | <p>Владеть навыками анализа и самоанализа в процессе реализации общественной миссии журналистики, функций СМИ и сферы массовой коммуникации, осознания свободы и социальной ответственности журналиста, а также специалиста в области массовых коммуникаций</p> <p>ОПК-7.2:</p> <p>Знать основные аспекты журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций;</p> <p>-теоретические подходы к пониманию специфики журналистского творчества; понятие деятельности журналиста и ее виды; базовые профессиональные стандарты журналистской работы;</p> <p>- основные принципы работы журналиста с источниками информации, методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними;</p> <p>Уметь использовать в профессиональной деятельности знания о журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций;</p> | | |
|--|--|--|--|--|

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | <p>-использовать в профессиональной деятельности различные подходы к пониманию журналистской деятельности; осуществлять подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую); следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы;</p> <p>- использовать в профессиональной деятельности методы сбора информации, ее селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных</p> <p>Владеть навыками анализа и самоанализа в процессе реализации профессиональной и исследовательской деятельности знаний о журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций;</p> <p>- навыками анализа и самоанализа практики применения в профессиональной деятельности теоретических подходов к пониманию специфики журналистского творчества; понятию деятельности журналиста и ее виды; базовых профессиональных</p> | | |
|--|--|---|--|--|

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | стандартов журналистской работы; - навыками практической работы с источниками информации | | |
|--|--|---|--|--|

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

| | очная | очно-заочная | заочная |
|--|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Общая трудоемкость, з.е. | 3 | 3 | 3 |
| Часов по учебному плану | 108 | 108 | 108 |
| в том числе | | | |
| аудиторные занятия (контактная работа): | | | |
| - занятия лекционного типа | 14 | 12 | 4 |
| - занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы) | 14 | 12 | 4 |
| - КСР | 2 | 2 | 2 |
| самостоятельная работа | 42 | 46 | 89 |
| Промежуточная аттестация | 36 Экзамен | 36 Экзамен | 9 Экзамен |

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

| Наименование разделов и тем дисциплины | Всего (часы) | | | в том числе | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|----|----|--|----|----|--|----|----|-------|----|----|---|----|----|
| | | | | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающегося, часы | | |
| | | | | Занятия лекционного типа | | | Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы | | | Всего | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| ОФ | ОЗ | ЗФ | ОФ | ОЗ | ЗФ | ОФ | ОЗ | ЗФ | ОФ | ОЗ | ЗФ | ОФ | ОЗ | ЗФ | |
| Тема 1. Реклама: определение и виды | 7 | 8 | 10 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | | 3 | 3 | 1 | 4 | 5 | 9 |
| Тема 2. История зарождения и развития рекламной практики | 7 | 8 | 11 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | | 3 | 3 | 1 | 4 | 5 | 10 |
| Тема 3. Имиджевая реклама как деятельность на пересечении маркетинга и ПР | 7 | 8 | 11 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | | 3 | 3 | 1 | 4 | 5 | 10 |
| Тема 4. Социальная реклама: цели, функции, роль в развитии общества | 8 | 7 | 11 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 3 | 2 | 1 | 5 | 5 | 10 |
| Тема 5. Принципа создания текстовой рекламы | 9 | 7 | 11 | 2 | 1 | | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 5 | 5 | 10 |
| Тема 6. Принципы создания визуальных рекламных креативов | 8 | 7 | 11 | 1 | 1 | | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 5 | 5 | 10 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|-----|-----|----|----|---|----|----|---|----|----|----|----|----|----|
| Тема 7. ПР: цели, задачи, направления работы, отличия от рекламной практики | 8 | 8 | 11 | 1 | 1 | | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 5 | 5 | 10 |
| Тема 8. История развития ПР в мире и в РФ | 8 | 8 | 11 | 1 | 1 | | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 5 | 5 | 10 |
| Тема 9. Основные принципы ПР-практики. Этические кодексы специалистов по связям с общественностью | 8 | 9 | 10 | 1 | 1 | | 2 | 2 | | 3 | 3 | 0 | 5 | 6 | 10 |
| Аттестация | 36 | 36 | 9 | | | | | | | | | | | | |
| КСР | 2 | 2 | 2 | | | | | | | | 2 | 2 | 2 | | |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 14 | 12 | 4 | 14 | 12 | 4 | 30 | 26 | 10 | 42 | 46 | 89 |

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Реклама: определение и виды

Тема 2. История зарождения и развития рекламной практики

Тема 3. Имиджевая реклама как деятельность на пересечении маркетинга и ПР

Тема 4. Социальная реклама: цели, функции, роль в развитии общества

Тема 5. Принципы создания текстовой рекламы

Тема 6. Принципы создания визуальных рекламных креативов

Тема 7. ПР: цели, задачи, направления работы, отличия от рекламной практики

Тема 8. История развития ПР в мире и в РФ

Тема 9. Основные принципы ПР-практики. Этические кодексы специалистов по связям с общественностью

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 14 ч., очно-заочная форма обучения - 12 ч., заочная форма обучения - 4 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Савинова О.Н. Основы связей с общественностью : учебно-методическое пособие / О. Н.

Савинова ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2015. - 23 с. -

Текст : электронный.

Постоянная ссылка на документ: [http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?](http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=850014&idb=0)

Action=FindDocs&ids=850014&idb=0

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции УК-3:

Собеседование по теме «Особенности имиджевых стратегий коммерческих организаций» для оценки компетенции УК-3

1. Какова специфика современных имиджевых стратегий?
2. Применимы ли к ним принципы создания традиционных журналистских материалов?
3. Какие можно назвать примеры удачных имиджевых кампаний в СМИ?
4. Какие можно назвать примеры неудачных имиджевых кампаний в СМИ?

Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| превосходно | Учебный материал проработан на высоком уровне, использована дополнительная литература; ответ выстроен логично, свободное владение информацией по теме, проявление самостоятельности и творчества в изложении материала, грамотная речь, доступная для понимания аудитории, владение навыками ведения диалога. |
| отлично | Хорошо проработан лекционный материал и учебная литература; ответ логично выстроен, владение категориальным аппаратом, проявление самостоятельности и творчества в изложении материала, владение навыками ведения диалога |
| очень хорошо | Грамотное освоение лекционного и учебного материала, способность самостоятельно воспроизвести важную информацию, ориентироваться в понятиях, недостаточная демонстрация способности ответить на вопросы, связанные с анализом рассматриваемой проблемы |
| хорошо | Грамотное освоение лекционного и учебного материала, способность самостоятельно воспроизвести важную информацию, ориентироваться в понятиях, недостаточная способность ответить на вопросы аудитории и преподавателя. |
| удовлетворительно | Пассивное воспроизведение материала лекций и учебной литературы, нарушение логики ответа, затруднение в понимании основных понятий, отсутствие проявления самостоятельности в обсуждении проблем, неспособность самостоятельно воспроизвести важную информацию |
| неудовлетворительно | Неготовность к ответу на вопрос, ограниченность лишь общими словами о теме |
| плохо | Отсутствие какого-либо ответа, сплошные ошибки в фактическом материале по теме |

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Дискуссия) для оценки сформированности компетенции ОПК-2:

Типовое задание для оценки сформированности компетенции ОПК-2

Дискуссия на тему «Как редакции с помощью рекламы достигнуть самоокупаемости?»

Критерии оценивания (оценочное средство - Дискуссия)

| Оценка | Критерии оценивания |
|------------|--|
| зачтено | Активное участие в обсуждении проблемных вопросов |
| не зачтено | Отсутствие активности в обсуждении проблемных вопросов |

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Творческое задание) для оценки сформированности компетенции ОПК-4:

Типовое задание для оценки сформированности компетенции ОПК-4

Творческое задание: написание рекламного текста для продвижения продукта питания среди взрослой ЦА со средним уровнем дохода (продукт питания – по выбору студента).

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Творческое задание) для оценки сформированности компетенции ОПК-7:

Создание макета рекламы согласно брифу:

| | |
|---|---|
| 1. Контактная информация заказчика: (полное и сокращенное наименование компании, адрес web-сайта, контактное лицо, электронная почта, номер ICQ, Skype) | Сеть клиник «Твоя молодость» |
| 1. Тематика макета | Косметология (эстетическая, аппаратная, инъекционная) |
| 1. Чем занимается ваша компания/организация? Область деятельности. | Косметологические процедуры (весь возможный спектр) |
| 1. Где вы работаете? География компании. География распространения товаров/услуг. | Россия – работаем на всю Россию без региональной привязки |
| 1. Объект продажи (товар или услуга – | Курсы по освоению профессии |

| | |
|--|--|
| опишите в нескольких предложениях). Его особенности, свойства. Перечислите список услуг/товаров (можно ссылкой). | «Косметолог» для мужчин с базовым медицинским образованием |
| 1. Концепция торговой марки (бренда) | Сохраним вашу молодость 15 лет дольше |
| <p>1. Каково назначение макета?</p> <p>Возможные варианты ответов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - представить продукт потребителю впервые, - способствовать укреплению имиджа продукта на рынке, - развеять ложные представления о продукте, - донести до потребителя новую информацию о продукте - продвижение в поисковых системах. <p>Вы можете выбрать один или несколько ответов из списка или дать свой ответ, если ни один из предложенных вариантов не устроил вас.</p> <p>Цель макета? (информация о конкретной цели статьи и ожидаемом результате)</p> | Привлечь мужскую аудиторию к переобучению на косметолога (хотим повысить спрос на услуги за счет участия в работе клиник мужчин-врачей + ломаем стереотипы, строим бренд революционеров) |
| <p>1. Как давно ваша компания на рынке? Каков ее статус? Вы считаете себя опытными лидерами в своей области или только начинаете делать первые шаги в бизнесе? Каков штат компании (штатные и внештатные сотрудники).</p> | 18 лет, опытные |
| <p>1. К какой ценовой категории относятся ваши товары или услуги? Они предназначены для массового потребления или для элиты общества?</p> | Выше средней |
| 1. Нужно ли составлять слоган? | Да |
| <p>1. Место размещения: (на каком ресурсе или носителе будет публиковаться макет – при написании важно учитывать «формат»)</p> | Сайт, наружная реклама – горизонтальное ориентирование макета |
| <p>1. Целевая аудитория: (сведения о конкретной целевой аудитории; возраст, пол, интересы, цели; социальное и материальное</p> | Мужчины 27-50 лет |

| | |
|--|--|
| положение людей, на которых рассчитан Ваш товар) | |
| 1. Перечислите основные качества вашего продукта | Квалифицированные преподаватели, программа обучения разработана совместно с представителями международных клиник, диплом гособразца, возможность пройти стажировку и трудоустроиться у нас |
| 1. Что лично Вам нравится в рекламируемом продукте? | Уникальная возможность освоить профессию косметолога и развивать личный бренд |

Критерии оценивания (оценочное средство - Творческое задание)

| Оценка | Критерии оценивания |
|------------|---|
| зачтено | Результат творческого задания обладает уникальностью, креативностью и демонстрирует авторское видение проблемы. В нем представлен интересный подход к предложенному вопросу, демонстрирующий владение терминологией и теоретические знания. |
| не зачтено | Результат творческого задания не самостоятелен, материал не соответствует заявленной теме, аналитическая часть поверхностна и непоследовательна |

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

| Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций) | плохо | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | очень хорошо | отлично | превосходно |
|--|---|---|--|---|---|--|--|
| | не зачтено | | зачтено | | | | |
| <u>Знания</u> | Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет. | Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. |

| | | | | | | | |
|---------------|--|--|--|---|--|---|--|
| <u>Умения</u> | Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки | Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов |
| <u>Навыки</u> | Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов | Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач |

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

| Оценка | | Уровень подготовки |
|------------|----------------------------|--|
| зачтено | превосходно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой |
| | отлично | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично». |
| | очень хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо» |
| | хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо». |
| | удовлетворительно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно» |
| не зачтено | неудовлетворительно | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно». |
| | плохо | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо» |

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-3

1. Связи с общественностью в системе массовых коммуникаций. Определение, функции.
2. Эволюция связей с общественностью. Четыре этапа развития связей с общественностью и характеристики этих этапов. Основные вехи становления PR в США, в России.
3. Классификация видов рекламы. Имиджевая реклама как связующее звено между рекламной практикой и PR
4. Антикризисное управление в связях с общественностью. Этапы работы с кризисной ситуацией.
5. Виды PR-материалов. Принципы формирования успешных пресс-материалов

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-2

1. Появление профессии «PR-специалист». Деятельность Айви Ли в 1902-1906 гг. Доктрина Айви Ли
2. Имидж компании. Определение, виды и характеристики имиджа
3. Репутация компании. Определение и основные характеристики репутации. Репутационный менеджмент. Репутационный капитал
4. Виды исследований ЦА. Опросы. Глубинные интервью и фокус-группы (правила проведения качественных исследований)
5. Эмоциональные рекламные стратегии: типовые схемы

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-4

1. Рекламная кампания. Ее виды и этапы
2. Бренд и брендинг. Основные виды брендов. Этапы формирования бренда. Корпоративная айдентика и фирменный стиль.
3. Понятие «общественное мнение» в практике рекламщика. Виды, жизненный цикл и признаки общественного мнения
4. Рациональные рекламные стратегии: типовые схемы

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-7

1. PESO-модель в контексте коммуникационных процессов. Группы медиа в рамках модели, их плюсы и минусы в контексте PR-деятельности
2. Принципиальные различия между рекламой и PR. Определение, цели, задачи и функции рекламы. Закон РФ «О рекламе»: Статья 5
3. Лестница Ханта в рекламной и маркетинговой практике. Пирамида Маслоу в рекламной практике
4. Целевые аудитории в связях с общественностью и рекламе. Принципы определения целевых аудиторий и работы с ними. Основные характеристики ЦА
5. Виды PR-событий и их основные характеристики
6. Социальная реклама. Виды социальной рекламы по субъекту и виды по целям.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| превосходно | Высокий уровень подготовки. Свободное владение материалом курса (события, даты, действующие лица), ориентирование в историческом материале и текущих мировых событиях, умение самостоятельно и доказательно анализировать политические и экономические процессы в мире. Безупречно владея теоретическим материалом, студент демонстрирует творческий подход к решению нестандартных ситуаций. Студент дал полный и развернутый ответ на все основные и дополнительные вопросы, подтверждая теоретический материал практическими примерами из практики. Компетенции сформированы на уровне "превосходно". |
| отлично | Высокий уровень подготовки с незначительными ошибками. Свободное владение материалом курса (события, даты, действующие лица), знание текущих мировых событий, умение самостоятельно и доказательно анализировать политические и экономические процессы в мире. Студент дал полный и развернутый ответ на все основные и дополнительные вопросы, подтверждает теоретический материал практическими примерами из практики. Компетенции сформированы на уровне "отлично". |
| очень хорошо | Хорошая подготовка. Владение материалом на высоком уровне, ориентация в основных понятиях. Понимание важнейших закономерностей и проблем мировой политики. Студент дает ответ на все основные вопросы, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Практически отсутствуют ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Компетенции сформированы на уровне "очень хорошо". |
| хорошо | В целом хорошая подготовка с заметными ошибками или недочетами. Ориентация в материале курса. Знание событий в частичном объеме, достаточном для формирования представления об основных процессах и глобальных проблемах современного мира. Студент дает полный ответ на основные вопросы, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Имеются ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Компетенции сформированы на уровне "хорошо". |
| удовлетворительно | Минимально достаточный уровень подготовки. Знание ключевых моментов из курса. Общая осведомленность о современном состоянии мировой политической системы и проблемах мировой политики. Студент показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки, но при ответах на наводящие вопросы, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Компетенции сформированы на уровне "удовлетворительно". |
| неудовлетворительно | Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Практически отсутствие знаний по материалам курса. Представление лишь о предмете науки. Студент дает ошибочные ответы как на вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Компетенции не |

| Оценка | Критерии оценивания |
|--------|---|
| | сформированы. |
| плохо | Подготовка абсолютно недостаточная. Отсутствие представления о предмете науки и проблемах мировой политики. Студент не отвечает на поставленные вопросы. Компетенции не сформированы. |

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Карпова С. В. Рекламное дело : учебник и практикум / С. В. Карпова. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 431 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/488829> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-14532-8 : 1329.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=816878&idb=0>.
2. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 197 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-08991-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=839452&idb=0>.
3. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие / А. Н. Чумиков. - Москва : Юрайт, 2023. - 173 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-06706-4. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=842476&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге / Душкина М. Р. - Москва : Юрайт, 2022. - 462 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/496326> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-12811-6 : 1389.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=787616&idb=0>.
2. Потапов Ю. А. Современная пресс-служба : учебник / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 294 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/494465> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-12233-6 : 1179.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=821391&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. <https://news.pressfeed.ru> – журнал о рекламных и маркетинговых практиках
2. <http://www.mediascope.ru/> – электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова;
3. <http://mediahubble.ru/> – Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами, специализированным оборудованием: компьютерный класс, оргтехника; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях)

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.02 - Журналистика.

Автор(ы): Болдина Ксения Александровна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.