

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ (PR-ПРОЕКТ)

Направление и направленность (профиль)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
заочная

Владивосток 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Профессионально-творческие мастерские (PR-проект)» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

Ушанов П.В., доктор филологических наук, профессор, Высшая школа кино и телевидения, Pavel.Ushanov08@vvsu.ru

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 19.03.2020 , протокол № 12

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

| | |
|---|-----------------|
| ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ | |
| Сертификат | 1575566011 |
| Номер транзакции | 0000000004E9729 |
| Владелец | Булах С.П. |

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель освоения дисциплины :

сформировать систематизированное представление о деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью в условиях современной системы масс-медиа; освоить в полном объеме правила и методы создания информационного и информационно-аналитического контента и познакомить с технологией проектного метода.

Задачи курса:

- приобретение навыков поиска и анализа информации для создания информационного контента телеэфира;
- приобретение навыков создания журналистских материалов информационного, аналитического, художественно-публицистического вещания в условиях трансформации жанровой системы;
- освоение правил и требований для работы корреспондента, репортера, редактора, ведущего прямого эфира;
- приобретение основных навыков работы теле- и звукорежиссёров, операторов, продюсеров, сценаристов, специалистов монтажа.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

| Название ОПОП ВО, сокращенное | Код и формулировка компетенции | Код и формулировка индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине | | |
|---|---|---|-----------------------------------|-------------------------|--|
| | | | Код результата | Формулировка результата | |
| 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК) | ПКВ-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа | ПКВ-2.1к : Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта | РД1 | Знание | Основных исторических этапов развития проектной деятельности; основных теоретических подходов к определению понятия проект; основных характеристик и измерений проекта; элементов проектной деятельности; классификации проектов. специфика проектирования как творческого процесса; методов управления творческой деятельностью; методов управления творческими коллективами. |

| | | | | |
|---|--|-----|--------|---|
| | ПКВ-2.2к : Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | РД4 | Умение | Создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта |
| | ПКВ-2.3к : Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний | РД5 | Умение | Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний |
| | ПКВ-2.4к : Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде | РД6 | Навыки | Применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде |
| ПКВ-4 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПКВ-4.3к : Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | РД2 | Навыки | Навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами изучения целевой аудитории; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого процесса |

| | | | | |
|---|---|------|--------|--|
| УК-2 : Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.1в : Определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов их достижения | РД3 | Умение | Разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевой плана-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами |
| | | РД7 | Умение | определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений |
| | УК-2.2в : Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов | РД8 | Знание | имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов |
| | УК-2.4в : Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение | РД9 | Умение | Формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение |
| УК-3 : Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1в : Определяет и принимает необходимую для успешной реализации проекта роль в зависимости от профессиональной области реализации проекта | РД10 | Умение | осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде |

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина "Профессионально-творческая мастерская (PR-проект)" является дисциплиной по выбору вариативной части учебного рабочего плана. Дисциплина последовательно формирует профессиональные компетенции, необходимые для успешной деятельности специалистов в области рекламы и связей с общественностью

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

| Название ОПОП ВО | Форма обуче- ния | Часть УП | Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО) | Трудо- емкость (З.Е.) | Объем контактной работы (час) | | | | | | СРС | Форма аттес- тации |
|--|------------------------|-------------|---|---------------------------------|-------------------------------|------------|-------|------|--------------------|-----|-----|--------------------------|
| | | | | | Всего | Аудиторная | | | Внеауди- торная | | | |
| | | | | | | лек. | прак. | лаб. | ПА | КСР | | |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ЗФО | Б1.ДВ.А | 2 | 2 | 9 | 0 | 8 | 0 | 1 | 0 | 63 | 3 |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ЗФО | Б1.ДВ.Б | 2 | 2 | 9 | 0 | 8 | 0 | 1 | 0 | 63 | 3 |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ЗФО | Б1.ДВ.В | 3 | 2 | 9 | 0 | 8 | 0 | 1 | 0 | 63 | 3 |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ЗФО | Б1.ДВ.Г | 3 | 2 | 9 | 0 | 8 | 0 | 1 | 0 | 63 | 3 |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ЗФО | Б1.ДВ.Д | 4 | 2 | 9 | 0 | 8 | 0 | 1 | 0 | 63 | 3 |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ЗФО | Б1.ДВ.Е | 4 | 4 | 9 | 0 | 8 | 0 | 1 | 0 | 135 | ДЗ |
| 42.03.01 Реклама и связи с общественностью | ЗФО | Б1.ДВ.Ж | 5 | 2 | 9 | 0 | 8 | 0 | 1 | 0 | 63 | 3 |

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ЗФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ЗФО

| № | Название темы | Код ре- зультата обучения | Кол-во часов, отведенное на | | | | Форма текущего контроля |
|------------------|---|---------------------------------|-----------------------------|-------|-----|-----|----------------------------|
| | | | Лек | Практ | Лаб | СРС | |
| 1 семестр | | | | | | | |
| 1 | Понятие единого информационного пространства. | РД1, РД2 | 0 | 2 | 0 | 15 | творческое задание |

| | | | | | | | |
|------------------|--|---------------------|---|---|---|----|---------------------------------------|
| 2 | PR повод Общие принципы построения PR сообщения. Жанровые и языковые особенности. Учет ожиданий аудитории и задач, поставленных в PR сообщении. | РД1 | 0 | 2 | 0 | 15 | творческое задание, деловая игра |
| 3 | Методы сбора и редактирования PR материала | РД3 | 0 | 2 | 0 | 18 | творческое задание |
| 4 | Технология проектной деятельности в PR. Специфика разработки проекта. Этапы, технические условия создания и размещения материалов. Основы управления рекламным проектом. Технология управления проектной деятельности | РД1 | 0 | 2 | 0 | 15 | творческое задание, навыковый тренинг |
| 2 семестр | | | | | | | |
| 1 | Основные правила подготовки и проведения различных видов PR акций. | РД1, РД2, РД6 | 0 | 4 | 0 | 30 | творческое задание, деловая игра |
| 2 | PR как совокупность приемов и методов работы с использованием традиционных журналистских информационных жанров. | РД2, РД6 | 0 | 4 | 0 | 33 | творческое задание, навыковый тренинг |
| 3 семестр | | | | | | | |
| 1 | Понятие, сущность и задачи рекламы. История возникновения и развития рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Реклама в PR деятельности, использование рекламных технологий и приемов для достижения целей PR деятельности | РД3, РД5 | 0 | 4 | 0 | 30 | творческое задание |
| 2 | Реклама в PR кампании | РД5 | 0 | 4 | 0 | 33 | творческое задание |
| 4 семестр | | | | | | | |
| 1 | Технология проектной деятельности | РД3, РД4, РД7 | 0 | 4 | 0 | 30 | творческое задание |
| 2 | Предмет и объект проектирования Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении PR кампании | РД4, РД7 | 0 | 4 | 0 | 33 | творческое задание, навыковый тренинг |
| 5 семестр | | | | | | | |
| 1 | Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов | РД7, РД8, РД9, РД10 | 0 | 2 | 0 | 20 | творческое задание |
| 2 | Построение организационной структуры управления | РД8, РД9, РД10 | 0 | 4 | 0 | 23 | творческое задание |
| 3 | Команда проекта и ее состав. | РД8, РД10 | 0 | 2 | 0 | 20 | творческое задание |
| 6 семестр | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-------------------------|---|-----|----------|-----------|----------|------------|--------------------|
| 1 | Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта. | РД9 | 0 | 4 | 0 | 65 | творческое задание |
| 2 | Принципы оценки промежуточных результатов | РД9 | 0 | 4 | 0 | 70 | творческое задание |
| 7 семестр | | | | | | | |
| 1 | Собственный PR- проект как основа ВКР | РД9 | 0 | 4 | 0 | 33 | творческое задание |
| 2 | Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР | РД9 | 0 | 4 | 0 | 30 | творческое задание |
| Итого по таблице | | | 0 | 56 | 0 | 513 | |

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ЗФО

1 семестр

Тема 1 Понятие единого информационного пространства.

Содержание темы: Характеристики информационного общества. Многообразие информации, массовый доступ к каналам информации. Информация в коммуникациях как разновидность социальной информации, предназначенной для массового распространения. . Характеристики «новостной» информации: новизна, оперативность, актуальность, достоверность, полнота, точность, полезность, своевременность и т.д.).

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде сравнительного анализа реализации информационной функции различных типов СМИ.

Тема 2 PR повод Общие принципы построения PR сообщения. Жанровые и языковые особенности. Учет ожиданий аудитории и задач, поставленных в PR сообщении.

Содержание темы: Выбор информационных поводов, фактов для создания информационного контента в связи с запросами целевой аудитории.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде сравнительного анализа реализации информационной функции различных типов СМИ.

Тема 3 Методы сбора и редактирования PR материала.

Содержание темы: Регулярный мониторинг информагентств, звонки в пресс-службы различных ведомств и организаций, использование соц.сетей, взаимодействие с ньюсмейкерами и т.д. Полученная от источников информация как основа создания собственной новости. Условия, при которых обязательна ссылка на источник информации. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа видов информации в конкретных СМИ с целью определения разновидностей информации и соблюдения языковых особенностей текста новостей.

Тема 4 Технология проектной деятельности в PR. Специфика разработки проекта. Этапы, технические условия создания и размещения материалов. Основы управления рекламным проектом. Технология управления проектной деятельностью.

Содержание темы: Методология и методика предпроектного анализа.

Социологическое исследование, контент-анализ, ассоциативный метод исследования, мозговой штурм, SMART-анализ, SWOT-анализ, метод Дельфи. Структура проекта. Управление содержанием проекта. Ресурсы проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа необходимости ссылок в новостях конкретного СМИ.

2 семестр

Тема 1 Основные правила подготовки и проведения различных видов PR акций.

Содержание темы: PR -акции: определение, составляющие понятия, организация. Параметры этапов проведения PR-акций.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра конкретного телеэфира и анализа методов работы журналистов.

Тема 2 PR как совокупность приемов и методов работы с использованием традиционных журналистских информационных жанров.

Содержание темы: PR как совокупность приемов и методов работы с использованием традиционных журналистских информационных жанров. Особенности «дорожной карты».

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде разностороннего анализа разных видов репортажей в телевизионном эфире конкретного телеканала.

3 семестр

Тема 1 Понятие, сущность и задачи рекламы. История возникновения и развития рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Реклама в PR деятельности, использование рекламных технологий и приемов для достижения целей PR деятельности.

Содержание темы: Понятие, сущность и задачи рекламы в системе коммуникаций. История возникновения и развития рекламы как отражение процесса усложнения социальных отношений. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций как эффективный инструмент продвижения интересов компании или заказчика. Влияние канала коммуникации на выбор вида рекламы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра конкретного телеканала с целью всестороннего анализа работы журналистов в формате «лайф ту тейп» по заданным параметрам.

Тема 2 Реклама в PR кампании.

Содержание темы: Рекламная кампания как способ реализации коммуникационных задач.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа работы ведущих различных

программ на конкретном телеканале по заданным параметрам.

4 семестр

Тема 1 Технология проектной деятельности.

Содержание темы: Управление содержанием проекта. Ресурсы проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

Тема 2 Предмет и объект проектирования Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении PR кампании.

Содержание темы: Предмет и объект проектирования в области рекламной деятельности. Варианты размещения (в составе сюжетов, как информационный повод, в рамках информационного сопровождения и т.д.) Ссылка на источники, соблюдение авторских прав и этических норм. Технические ограничения.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде анализа использования в телеэфире видеоматериалов, присланных в редакцию, по заданным параметрам. Проведение навыкового тренинга по теме.

5 семестр

Тема 1 Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов.

Содержание темы: Рунет и целевая аудитория конкретного телеканала. Информационные потребности, запросы аудитории. Варианты размещения в интернете телепродукции. Маркетинговые кампании для продвижения проектов.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие - интерактивная форма.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение учебной и научной литературы, выполнение творческого задания в виде просмотра Интернета с целью анализа вариантов размещения телепродукции по заданным параметрам.

Тема 2 Построение организационной структуры управления.

Содержание темы: Построение организационной структуры управления рекламными проектами. Матрица ответственности. Управление коммуникациями проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

Тема 3 Команда проекта и ее состав.

Содержание темы: Команда проекта и ее состав. Функциональные обязанности участников проекта. Организация процесса формирования, развития и управления проектной командой.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

6 семестр

Тема 1 Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта.

Содержание темы: Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта. Модели подсчета эффективности. Достижение цели рекламного проекта как критерий эффективности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

Тема 2 Принципы оценки промежуточных результатов.

Содержание темы: Принципы оценки промежуточных результатов рекламного проекта. Антикризисный план как составная часть проекта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

7 семестр

Тема 1 Собственный PR- проект как основа ВКР.

Содержание темы: Изучение практики подготовки ВКР. Изучение структуры практической главы ВКР. Определение проблематики собственного PR-проекта для ВКР. Разработка структуры собственного проекта для ВКР.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

Тема 2 Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР.

Содержание темы: Знакомство с практикой эффективного использования ПИО для сбора и оформления практической части ВКР.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с конспектом, работа с учебной литературой.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут. При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на переаттестацию соответствующих дисциплин (модулей), освоенных в процессе обучения, который в том числе освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Специфика дисциплины заключается в практической направленности полученных знаний. В ходе практических занятий по мере изучения материала проводится анализ проектной деятельности в области рекламы и PR. При выполнении задач деловых и/или ролевых игр, выполнении заданий в рамках навыкового тренинга студенты должны

применять полученные теоретические и практические знания. При этом студенты должны в ходе самостоятельной работы в виде творческих заданий анализировать различные аспекты коммуникационной деятельности.

В процессе освоения дисциплины возможно посещение студентами региональных масс-медиа для подробного ознакомления с отдельными практическими темами; приглашение на занятия ведущих специалистов в области рекламы и PR.

Для различного вида работ (аудиторных и самостоятельных) студенту предоставлен удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, которые указаны в рабочих учебных программах дисциплин. Перечень информационно-справочных систем удаленного доступа обновляется и корректируется ежегодно.

Оценка по дисциплине формируется в соответствии с положением о рейтинговой системе оценки знаний. Учитываются 4 основных вида контроля:

- посещение практических занятий;
- творческое задание, выполненное во время самостоятельной работы, в том числе итогового творческого задания по темам дисциплины;
- выполнение заданий в рамках навыкового тренинга;
- выполнение заданий в рамках деловой и/или ролевой игры.

Неудовлетворительная оценка, полученная студентом, пересдается по правилам рейтинговой оценки знаний студентов ВГУЭС.

Учащийся для самостоятельной подготовки по дисциплинам учебного плана имеет доступ к электронно-библиотечной системе ВГУЭС. Библиотечный фонд укомплектован рекомендуемой для обучения литературой (в соответствии с рабочими программами дисциплин) и располагает не только изданиями на традиционных носителях, но полнотекстовой базой учебников, научной литературы, научно-популярной и художественной литературы.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной

программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

0.1 Основная литература

0.2 Дополнительная литература

0.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

Отсутствуют

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

Программное обеспечение:

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ (PR-ПРОЕКТ)

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Реклама и связи с общественностью

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
заочная

Владивосток 2020

1 Перечень формируемых компетенций

| Название ОПОП ВО, сокращенное | Код и формулировка компетенции | Код и формулировка индикатора достижения компетенции |
|---|---|---|
| 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК) | ПКВ-2 : Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа | ПКВ-2.1к : Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта |
| | | ПКВ-2.2к : Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта |
| | | ПКВ-2.3к : Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной и PR-кампаний |
| | | ПКВ-2.4к : Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде |
| | ПКВ-4 : Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПКВ-4.3к : Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами |
| | | УК-2 : Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений |
| | УК-2 : Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.1в : Определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов их достижения |
| | | УК-2.2в : Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов |
| | | УК-2.4в : Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение |
| | УК-3 : Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1в : Определяет и принимает необходимую для успешной реализации проекта роль в зависимости от профессиональной области реализации проекта |

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-2 «Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора | Результаты обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов |
|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| | | |

| Код результата | Тип результата | Результат | Критерии оценивания результатов обучения | |
|---|----------------|-----------|--|--|
| | | | | Код результата |
| ПКВ-2.1к : Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта | РД1 | Знание | Основные исторических этапов развития проектной деятельности; основных теоретических подходов к определению понятия проект; основных характеристик и измерений проекта; элементов проектной деятельности; классификации проектов. специфика проектирования как творческого процесса; методов управления творческой деятельностью; методов управления творческими коллективами. | Глубокие и системные знания: основных исторических этапов в развития проектной деятельности; основных теоретических подходов к определению понятия проект; основных характеристик и измерений проекта; элементов проектной деятельности; классификации проектов. специфика проектирования как творческого процесса; методов управления творческой деятельностью; методов управления творческими коллективами |
| ПКВ-2.2к : Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | РД4 | Умение | Создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта |
| ПКВ-2.3к : Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний | РД5 | Умение | Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний | Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний |
| ПКВ-2.4к : Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде | РД6 | Навыки | Применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде | Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде |

Компетенция ПКВ-4 «Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций»

Таблица 2.2 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине | | Критерии оценивания результатов обучения |
|--|-----------------------------------|----------------|--|
| | Код результата | Тип результата | |
| | | Результат | |

| | | | | |
|--|-------------|----------------|---|--|
| ПКВ-4.3к : Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | Р Д 2 | На вы ки | Навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами изучения целевой аудитории; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого процесса | Системно и полно владеет: методами предпроектного анализа; навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами изучения целевой аудитории; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого процесса |
|--|-------------|----------------|---|--|

Компетенция УК-2 «Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений»

Таблица 2.3 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине | | | Критерии оценивания результатов обучения |
|--|-----------------------------------|--------------------------------|--|--|
| | Код ре- з- та | Т и п ре- з- та | Результат | |
| УК-2.1в : Определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов их достижения | Р Д 3 | У м е н е | Разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевой плана-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами | Системно и полно умеет: разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевой плана-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами |
| | Р Д 7 | У м е н е | определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | |
| УК-2.2в : Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов | Р Д 8 | Зн ан ие | имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов | Понимает имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов |
| УК-2.4в : Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение | Р Д 9 | У м е н е | Формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение | Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение |

Компетенция УК-3 «Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде»

Таблица 2.4 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

| Код и формулировка индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине | | | Критерии оценивания результатов обучения |
|--|-----------------------------------|---------------|--|--|
| | Код ре-з-та | Т и п ре з-та | Результат | |
| УК-3.1в : Определяет и принимает необходимую для успешной реализации проекта роль в зависимости от профессиональной области реализации проекта | РД10 | Умение | осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | осуществляет социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде |

Таблица заполняется в соответствии с разделом 2 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

| Контролируемые планируемые результаты обучения | Контролируемые темы дисциплины | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС | | |
|--|---|--|---------------------------------|-------|
| | | Текущий контроль | Промежуточная аттестация | |
| Заочная форма обучения | | | | |
| РД1 | Знание : Основных исторических этапов развития проектной деятельности; основных теоретических подходов к определению понятия проект; основных характеристик и измерений проекта; элементов проектной деятельности; классификации проектов. специфика проектирования как творческого процесса; методов управления творческой деятельностью; методов управления творческими коллективами. | 1.1. Понятие единого информационного пространства. | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 1.2. PR повод Общие принципы построения PR сообщения. Жанровые и языковые особенности. Учет ожиданий аудитории и задач, поставленных в PR сообщении. | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 1.4. Технология проектной деятельности в PR. Специфика разработки проекта. Этапы, технические условия создания и размещения материалов. Основы управления рекламным проектом. Технология управления проектной деятельности | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 2.1. Основные правила подготовки и проведения различных видов PR акций. | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД2 | Навыки : Навыками разработки алгоритма процесса подготовки презентации проекта методами и изучения целевой аудито | | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | 1.1. Понятие единого информационного пространства. | Практическая работа | Опрос |

| | | | | |
|-----|--|---|---------------------------------|-------|
| | рии; медиапроекта; методами изучения конкурентной среды медиапроекта; навыками синтезировать творческих концепций проекта; навыками стимулирования творческого процесса | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 2.1. Основные правила подготовки и проведения различных видов PR акций. | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Практическая работа | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 2.2. PR как совокупность приемов и методов работы с использованием традиционных журналистских информационных жанров. | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Практическая работа | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД3 | Умение : Разрабатывать паспорт проектной идеи; разрабатывать календарный план, сетевого плана-график, диаграмму Ганта; выстраивать организационную структуру управления проектами; определять жизненный цикл рекламного проекта; разрабатывать концепции и медиапроекта использовать специфику проектирования как творческого процесса; применять методы управления творческой деятельностью; применять методы управления творческими коллективами | 1.3. Методы сбора и редактирования PR материала | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 3.1. Понятие, сущность и задачи рекламы. История возникновения и развития рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Реклама в PR деятельности, использование рекламных технологий и приемов для достижения целей PR деятельности | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 4.1. Технология проектной деятельности | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД4 | Умение : Создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяя творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта | 4.1. Технология проектной деятельности | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 4.2. Предмет и объект проектирования Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении PR кампании | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД5 | Умение : Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний | 3.1. Понятие, сущность и задачи рекламы. История возникновения и развития рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Реклама в PR деятельности, использование рекламных технологий и приемов для достижения целей PR деятельности | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |

| | | | | |
|-----|--|---|--|---------------------------------|
| | | 3.2. Реклама в PR кампании | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД6 | Навыки : Применения и инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде | 2.1. Основные правила подготовки и проведения различных видов PR акций. | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 2.2. PR как совокупность приемов и методов работы с использованием традиционных журналистских информационных жанров. | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД7 | Умение : определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | 4.1. Технология проектной деятельности | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 4.2. Предмет и объект проектирования Использование непрофессиональной текстовой, графической, видео- и аудио информации при сопровождении PR кампании | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 5.1. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД8 | Знание : имеющиеся проектные ограничения и планирует работы с учетом доступных ресурсов | 5.1. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 5.2. Построение организационной структуры управления | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 5.3. Команда проекта и ее состав. | Деловая и/или ролевая игра | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД9 | Умение : Формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение | 5.1. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 6.1. Основные подходы к оценке эффективности рекламного проекта. | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | | 6.2. Принципы оценки промежуточных результатов | Разноуровневые задачи и задания |

| | | | | |
|------|---|--|---------------------------------|-------|
| | | 7.1. Собственный PR- проект как основа ВКР | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 7.2. Эффективное использование ПИО для сбора и оформления практической части ВКР | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| РД10 | Умение : осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | 5.1. Интернет как рекламная и PR-площадка для продвижения телевизионных материалов, проектов | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 5.2. Построение организационной структуры управления | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |
| | | 5.3. Команда проекта и ее состав. | Разноуровневые задачи и задания | Опрос |

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

| Вид учебной деятельности | Оценочное средство | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------|--------------------|----------------------------|----------------------|-------|--|--|--|--|--|--|--|-------|
| | | Творческое задание | Деловая и/или ролевая игра | Практическая работа= | Навык | | | | | | | | Итого |
| Практические занятия | | 10 | 10 | 10 | | | | | | | | | 30 |
| Самостоятельная работа | | 10 | 10 | 10 | | | | | | | | | 30 |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | | | | | | 40 |
| Итого | | | | | | | | | | | | | 100 |

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

| Сумма баллов по дисциплине | Оценка по промежуточной аттестации | Характеристика качества сформированности компетенции |
|----------------------------|------------------------------------|--|
| от 91 до 100 | «зачтено» / «отлично» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90 | «зачтено» / «хорошо» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. |

| | | |
|-------------|--------------------------------------|---|
| от 61 до 75 | «зачтено» / «удовлетворительно» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| от 41 до 60 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. |
| от 0 до 40 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

5 Примерные оценочные средства

5.1 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Пример задания по теме «Понятие информации. Характеристики «новостной» информации».

Студенту предлагается прочитать несколько указанных заметок в печатной прессе (возможна интернет-версия), прослушать указанный информационный выпуск на радиостанции, посмотреть телевизионный выпуск новостей, проанализировать (все СМИ регионального уровня и анализируются за один день) и ответить на следующие вопросы:

1. Каковы основные события этого дня выбраны для информирования аудитории в разных СМИ? Привести примеры.

2. На какие обязательные вопросы отвечает каждая из информации, независимо от канала распространения? Привести примеры. Обосновать ответ.

3. Чем отличается текущая информация в каждом СМИ от «новости»? Привести примеры «новостной информации» в каждом из СМИ и обозначить их характеристики. Обосновать ответ.

4. Каковы принципы построения новости в каждом случае? Что значит принцип «пирамиды» для электронных СМИ? Привести примеры.

5. Чем отличается информационный материал, размещенный в печатном СМИ от информационного материала в электронных масс-медиа? Привести примеры, обосновать ответ.

Краткие методические указания

Студенту необходимо заранее просмотреть указанные выпуски новостей, отдельные сюжеты, сегменты телеэфира и провести анализ по заданным параметрам. Опрос на занятии проводится путем дискуссионного обсуждения. Данное задание ставит целью не столько проверить самостоятельный анализ, сколько научить анализировать материал, а также применять полученные знания на практике. Готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 10 баллами

Шкала оценки

| Оценка | Баллы* | Описание |
|--------|------------------|--|
| 5 | 10 баллов | Ознакомление с телепрограммой (эфиром) в виде предварительного просмотра и анализа, активное обсуждение параметров, заданных в перечне вопросов, глубокое понимание обсуждаемых тем. |
| 4 | 7 балла | Ознакомление с телепрограммой (эфиром), участие в обсуждении заданных вопросов. |
| 3 | 4 балла | Поверхностное ознакомление с телепрограммой (эфиром), пассивное присутствие на занятии. |
| 2 | Менее 3-х баллов | Невыполнение творческого задания, пассивное присутствие на занятии. |

5.2 деловая игра

Пример деловой и/или ролевой игры по теме «Основные правила подготовки и проведения различных видов информационных интервью».

Для проведения деловой и /или ролевой игры студентам предлагается провести

интервью со специалистом, экспертом. Для этого группе (курсу) студентов предлагается информационный повод, актуальный для текущего дня. Одному из пары студентов предлагается роль эксперта, второму – роль интервьюера. Цель журналистского задания – определить, насколько компетентным является предполагаемый специалист; подготовиться к интервью; составить перечень необходимых вопросов; найти «подход» к специалисту, т.е. убедить в необходимости ответить на вопросы и «разговорить» его; выяснить у специалиста подробную информацию о событии, факте, явлении; правильно выстроить композицию интервью; записать контактную информацию о ньюсмейкере для возможного последующего обращения к нему за информацией. Интервью записывается на «камеру» для дальнейшей оценки и анализа работы корреспондента.

В итоге оценивается результат - насколько эффективно удалось «корреспонденту» добиться перечисленных целей.

Краткие методические указания

Студенту во время выполнения задач деловой и/или ролевой игры необходимо ориентироваться на изученный во время занятий материал, а также на содержание рекомендованных учебников, дополнительной научной литературы.

Шкала оценки

| Оценка | Баллы | Описание |
|--------|-----------------|---|
| 5 | 10 баллов | Активное обсуждение параметров задания деловой и/или ролевой игры, проявление инициативы в о время игры, правильная оценка результатов. |
| 4 | 7 балла | Участие в обсуждении параметров задания деловой и/или ролевой игры, выполнение задания, н е активное участие в обсуждении результатов. |
| 3 | 4 балла | Выполнение задания, не активное участие в обсуждении результатов. |
| 2 | Менее 3 б аллов | Пассивное присутствие на занятии. |