

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

**PR И РЕКЛАМА В МАСС-МЕДИА**

Направление и направленность (профиль)  
42.03.04 Телевидение. Мультимедийная журналистика

Год набора на ОПОП  
2020

Форма обучения  
очная

Владивосток 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «PR и реклама в масс-медиа» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №526) 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):

*Шульгина Н.В., кандидат исторических наук, доцент, Высшая школа кино и телевидения, Nina.Shulgina@vvsu.ru*

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

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчик)

Булах С.П.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575566011
Номер транзакции	0000000004BB6F7
Владелец	Булах С.П.

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Цель:

-Формирование понимания новых направлений в практической сфере – медиаполитики и медиаменеджмента, влияющих на формирование общественного мнения и управление информационной политикой.

-Профессиональная подготовка студентов для выполнения рекламной, маркетинговой и PR деятельности в новых медиа

Задачи:

-Познакомить студентов с базовыми знаниями о функциях, направлениях и средствах осуществления рекламной и PR-деятельности применительно к массмедиа.

-Создание стратегии рекламных, маркетинговых и PR кампаний на основе полученных знаний;

-Формирование практических навыков; подготовка рекламных материалов для этих кампаний.

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	
42.03.04 «Телевидение» (Б-ТЛ)	ПКВ-4 : Способен планировать способы продвижения журналистских и иных материалов с учетом специфики различных каналов коммуникации	ПКВ-4.1к : Ориентируется в системе распространения медиапродуктов в различных каналах коммуникаций	РД1	Знание	потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов
		ПКВ-4.2к : Следует технологиям продвижения конкретных продуктов в различных средах	РД2	Умение	использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или PR-продукта в медиа-среде
		ПКВ-4.3к : Анализирует эффективность продвижения продуктов	РД4	Навыки	анализа эффективности продвижения продуктов
		ПКВ-4.4к : Использует эффективные технологии продвижения медиапродуктов по различным каналам коммуникации	РД3	Навыки	распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и PR-задач

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Программа дисциплины основана на изучении истории, теории и современной практики деятельности в рекламе, PR и новых медиа. Содержание дисциплины направлено на формирование у студентов способности анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты, и коммуникационные продукты.

## 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 обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
42.03.04 Телевидение	ОФО	Б1.В	6	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

## 4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

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 ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Масс-медиа в контексте глобализации, информатизации общества. Актуальное состояние медиа-рынка	РД1	2	4	0	9	опросы, творческие задания
2	Исторический путь становления и развития информационнокоммуникационного пространства как медиасферы.	РД1	2	4	0	9	Опрос, домашние задания
3	Информация как материальный актив современного общества.	РД1	2	4	0	9	Контрольная работа
4	Роль медиа во взаимодействии между властью и обществом, социумом и личностью, общностями и социальными группами.	РД1	2	2	0	8	Творческое задание, опрос
5	Методы аналитической деятельности в информационную эпоху.	РД4	1	2	0	9	Творческое задание, опрос
6	Особенности PR-кампаний в различных медиасферах.	РД2	2	4	0	9	Контрольная работа
7	Особенности осуществления этических принципов в работе в различных медиасферах.	РД3	2	4	0	9	Творческое задание, опрос

8	Медиаисследования: цели и проблемные поля.	РДЗ	1	4	0	9	Контрольная работа
9	Медиаконтент и медиатекст как объекты изучения.	РДЗ	2	4	0	9	Контрольная работа
10	Функциональные особенности различных каналов, видов, типов медиа.	РДЗ	2	4	0	9	Творческое задание, опрос
<b>Итого по таблице</b>			<b>18</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>89</b>	

#### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

*Тема 1 Масс-медиа в контексте глобализации, информатизации общества. Актуальное состояние медиа-рынка.*

Содержание темы: Современные рыночные тренды медиа-коммуникаций. Классификация медиа. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности (фотожурналистика, журналистика, радио, пресса, телевидение, книгоиздательство, интернет, фотография, кинобизнес). Каналы массмедиа.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: анализ, обзор, тематические подборки.

*Тема 2 Исторический путь становления и развития информационно-коммуникационного пространства как медиасферы.*

Содержание темы: Информационно-коммуникационное пространство как обязательный атрибут социальной реальности. Его социальное содержание и смысл. Революционные перемены в содержании информационно-коммуникационного пространства в период Нового времени. Создание новых видов медиа в период Новейшего времени. Характеристика основных черт виртуального пространства как важнейшей черты современной цивилизации. Роль и место PR и рекламы в современных масс-медиа.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Чтение литературы, обзор, тематические подборки.

*Тема 3 Информация как материальный актив современного общества.*

Содержание темы: Определение понятия «информация». Роль информации в жизни человека и общества. Функциональная и атрибутивная концепции информации. Информационное общество: кардинальные перемены в подходах и отношении к информации. Информация как материальный актив общества. Виды информации.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Чтение литературы, домашние задания.

*Тема 4 Роль медиа во взаимодействии между властью и обществом, социумом и личностью, общностями и социальными группами.*

Содержание темы: Медиаструктуры как система информации и как коммуникация. Процессы глобализации и медиа. Мультимедиа как феномен культуры, средство коммуникаций и культурного обмена. Социально-психологические функции массмедиа в современном обществе и современные тенденции развития массовых коммуникаций.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

*Тема 5 Методы аналитической деятельности в информационную эпоху.*

Содержание темы: Ситуационный анализ. Внутренние и внешние факторы при проведении ситуационного анализа в социологическом исследовании. Базовые и оценочные исследования. Методики системного анализа. Принципы формирования фокус-групп и основные этапы исследования. Критерии отбора респондентов.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

*Тема 6 Особенности PR-кампаний в различных медиасферах.*

Содержание темы: Осуществление проектов в зависимости от вида медиа. Объемы работ и виды работ. Стоимость отдельных работ, отдельных частей или фаз проекта, проекта в целом, издержки и расходы. Система управления рекламным и PR-проектом в различных медиасферах. Этапы, работы, задачи, единичные исследовательские, аналитические, творческие, производственные задачи и процессы.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

*Тема 7 Особенности осуществления этических принципов в работе в различных медиасферах.*

Содержание темы: Правовые и этические нормы деятельности в медиапространстве. Медиаэтические проблемы современности и личность. Этические требования к содержанию рекламной продукции и социальным проектам. .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

*Тема 8 Медиаисследования: цели и проблемные поля.*

Содержание темы: Институциональные исследования массовой коммуникации: СМИ и власть. Электоральные исследования. Аудиторные исследования. Маркетинговые исследования. Академические и индустриальные исследования. Исследовательские проекты.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

*Тема 9 Медиаконтент и медиатекст как объекты изучения.*

Содержание темы: Анализ различных знаковых систем и коммуникативных ситуаций. Различные сегменты медиаконтента: журналистский, медиапользовательский (аудиторный), рекламный, ретрансляционный. Теория «порождения» текста. Медиаконтент как отражение интересов и позиций различных участников масс-коммуникационного процесса. .

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

*Тема 10 Функциональные особенности различных каналов, видов, типов медиа.*

Содержание темы: Сущностные характеристики медиасреды: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность. Состав и структура медиасреды.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Работа с медиа-ресурсами, анализ, обзор.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование практико-ориентированных компетенций в сфере медиа-коммуникаций и предполагает большой объем выполнения самостоятельных работ.

Важно в процессе обучения сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга, а также развить интерес к исследованию рыночных процессов в интернете; стимулировать творческий подход к работе в области продвижения в интернете.

### **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)**

### **7.1 Основная литература**

### **7.2 Дополнительная литература**

### **7.3 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)

**PR И РЕКЛАМА В МАСС-МЕДИА**

Направление и направленность (профиль)  
42.03.04 Телевидение. Мультимедийная журналистика

Год набора на ОПОП  
2020

Форма обучения  
очная

Владивосток 2020

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.03.04 «Телевидение» (Б-ТЛ)	ПКВ-4 : Способен планировать способы продвижения журналистских и иных материалов с учетом специфики различных каналов коммуникации	ПКВ-4.1к : Ориентируется в системе распространения медиапродуктов в различных каналах коммуникаций
		ПКВ-4.2к : Следует технологиям продвижения конкретных продуктов в различных средах
		ПКВ-4.3к : Анализирует эффективность продвижения продуктов
		ПКВ-4.4к : Использует эффективные технологии продвижения медиапродуктов по различным каналам коммуникации

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-4 «Способен планировать способы продвижения журналистских и иных материалов с учетом специфики различных каналов коммуникации»**

Таблица 2.1 – 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-4.1к : Ориентируется в системе распространения медиапродуктов в различных каналах коммуникаций	РД1	Знание	потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов	знает алгоритм движения медиапродукта в медиа-среде и интересах потребностей общества и интересов аудитории
ПКВ-4.2к : Следует технологиям продвижения конкретных продуктов в различных средах	РД2	Умение	использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или ПР-продукта в медиа-среде	применяет особенности целевой аудитории при формировании коммуникативной концепции в процессе создания рекламного или PR-продукта в медиа-среде.
ПКВ-4.3к : Анализирует эффективность продвижения продуктов	РД4	Навыки	анализа эффективности продвижения продуктов	Свободно анализирует эффективность продвижения медиапродуктов
ПКВ-4.4к : Использует эффективные технологии продвижения медиапродуктов по различным каналам коммуникации	РД3	Навыки	распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач	распределяет профессиональные функции при выполнении рекламных и PR-задач

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	
Очная форма обучения				
РД1	Знание : потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты в рамках комплексных медийных проектов	1.1. Масс-медиа в контексте глобализации, информатизации общества. Актуальное состояние медиа-рынка	Опрос	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.2. Исторический путь становления и развития информационнокоммуникационного пространства как медиасферы.	Опрос	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.3. Информация как материальный актив современного общества.	Контрольная работа	Список вопросов
		1.4. Роль медиа во взаимодействии между властью и обществом, социумом и личностью, общностями и социальными группами.	Опрос	Список вопросов
		Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов	
РД2	Умение : использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью в процессе создания рекламного или ПР-продукта в медиа-среде	1.6. Особенности PR-компаний в различных медиасферах.	Контрольная работа	Список вопросов
РД3	Навыки : распределения профессиональных функций и ответственности в современных медиа при выполнении рекламных и ПР-задач	1.7. Особенности осуществления этических принципов в работе в различных медиасферах.	Опрос	Список вопросов
			Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов
		1.8. Медиаисследования : цели и проблемные поля.	Контрольная работа	Список вопросов
		1.9. Медиаконтент и медиатекст как объекты изучения.	Контрольная работа	Список вопросов
		1.10. Функциональные особенности различных каналов, видов, типов медиа.	Опрос	Список вопросов
		Разноуровневые задачи и задания	Список вопросов	
РД4	Навыки : анализа эффективности продвижения продуктов	1.5. Методы аналитической деятельности в инф	Опрос	Список вопросов

	ормационную эпоху.	Разноуровневые задания и задания	Список вопросов
--	--------------------	----------------------------------	-----------------

#### 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				
	опрос	Контрольная работа	Творческое задание	Домашнее задание	Итого
Лекции					10
Практические занятия	20	20	30	5	75
Самостоятельная работа					
Промежуточная аттестация					15
Итого	20	20	30	5	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

Подготовка тематического сообщения с презентацией.

1. Новые медиа: примеры и типология;
2. Реклама в новых медиа: примеры;
3. PR в новых медиа: примеры;

4. Аудит и оценка эффективности коммуникационной деятельности в новых медиа.;
5. Медиапотребление – активная социальная практика;
6. Медиаэтические проблемы современности и личность.

*Краткие методические указания*

Студенту необходимо заранее ознакомиться с тематической выдачей в сети Интернет. Данное задание ставит целью не столько проверить знание терминов и понятий, сколько научить правильно находить информацию. Поэтому готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 10 баллами (каждое)

*Шкала оценки*

№	Баллы*	Описание
1.	10 балла	Знание правил, развитые умения.
2.	5 баллов	Знание правил, слабые умения.
3.	0 баллов	Незнание правил, отсутствие умения.

## 5.2 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

### Темы для домашних заданий

1. Подготовка социальных обзоров в информационно-коммуникационном пространстве Приморского края.
2. Подготовка и проведения анкетирования и опросов с целью выявления ожиданий и предпочтений целевых фокус-групп от медиа и приемов манипулирования.
3. Анализ и обсуждение государственного регулирования в содержании контента сети Интернет (на материале Приморского края).
4. Анализ повестки дня современных медиа (региональные СМИ).
5. Анализ федеральных и региональных СМИ как инструмента влияния.
6. Экспертная оценка и стратегическое планирование медиапланирования в контексте эффектов взаимодействия массмедиа и целевых групп.
7. Составление плана эффективной коммуникационной инфраструктуры организации стратегий и технологий в оптимизации взаимодействия СМИ и молодежной аудитории.
8. Тренинг по эффективной презентации медиапроекта.
  1. Анализ единого информационного пространства на региональном рынке.
  10. Создание эффективных медиа-текстов.
  11. Анализа контента пермских СМИ с точки зрения коммуникационных задач
  12. SWOT-анализ, контент-анализ, кейсовый метод, мозговой штурм, ситуационный анализ и др. приморских СМИ.
  13. Экспертная оценка PR-кампаний в различных медиасферах (региональная практика).
  14. План формирования эффективной коммуникационной инфраструктуры организации согласно этическим профессиональным кодексам.

*Краткие методические указания*

Студенту необходимо заранее ознакомиться с тематической выдачей в сети Интернет. Данное задание ставит целью не столько проверить знание терминов и понятий, сколько научить правильно находить информацию. Поэтому готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 5 баллами.

*Шкала оценки*

№	Баллы*	Описание
1.	5 балла	Знание правил, развитые умения.
2.	3 баллов	Знание правил, слабые умения.
3.	0 баллов	Незнание правил, отсутствие умения.

## 5.3 Примерные темы для опроса

## Вопросы для аудиторного опроса

1. Принципы политического руководства медиа.
2. Особенности медиаполитики в государственных и коммерческих структурах.
3. Внедрение рыночных отношений в деятельности участников медиaproстранства. Плюсы и минусы коммерциализации медиа.
4. Возможные конфликты государственных органов регулирования и независимых медиа. Природа и виды конфликтов. Межорганизационные конфликты. Внутренние конфликты и способы их разрешения.
5. Управление медиасредствами как совокупность методов анализа и нейтрализации факторов рисков, объединенных в систему планирования, мониторинга и корректирующих воздействий. Мониторинг и контроль рисков. Процесс наблюдения за существующими рисками и идентификация новых рисков.
6. Медиарынок как социальный феномен. Основные элементы и участники медиарынка.
7. Региональные особенности медиаотношений на рынке.
8. Новые «игроки». Электронные и сетевые издания.
9. Изменение приемов подачи материалов и информации с использованием мультимедиа и гипертекста.
10. Способы измерения рейтингов региональных изданий. Медийные агентства и измерения регионального медиарынка.
11. Медиарынок Приморского края и города Владивостока. Конкуренция и сотрудничество.

### *Краткие методические указания*

Студенту необходимо заранее ознакомиться с тематической выдачей в сети Интернет. Данное задание ставит целью не столько проверить знание терминов и понятий, сколько научить правильно находить информацию. Поэтому готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 5 баллами.

### *Шкала оценки*

№	Баллы*	Описание
1.	5 балла	Знание правил, развитые умения.
2.	3 баллов	Знание правил, слабые умения.
3.	0 баллов	Незнание правил, отсутствие умения.

## 5.4 План-конспект занятия

**Пример контрольной работы по проверке знаний терминов и понятий медиасреды**

**Задание - написать в правом столбце определение термина**

Вариант 1

Термин, понятие	Формулировка содержания
Новые медиа	
Электронное правительство	
Медиа-каналы	
Транс-медиа	
Информационная безопасность	

Вариант 2

Термин, понятие	Формулировка содержания
Блогосфера	

<b>Анкор</b>	
<b>Глубина просмотра</b>	
<b>Индексация</b>	
<b>Контент</b>	

Вариант 3

<b>Копипаст</b>	
<b>Монетизация</b>	
<b>ТИЦ</b>	
<b>Релевантность</b>	
<b>Хештеги</b>	

Вариант 4

<b>Трафик</b>	
<b>Поисковая выдача</b>	
<b>Рерайтер</b>	
<b>Аккаунт</b>	
<b>Хостинг</b>	

*Краткие методические указания*

Подготовка к контрольной работе осуществляется студентом самостоятельно. Студент использует определения, зафиксированные на лекции или указанные в учебниках по данной теме, а также в справочниках и словарях (дополнительная литература).

*Шкала оценки*

оценивается по 5-ти балльной системе:

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	5 правильных ответов из 5
2.	4 балла	4 правильных ответа из 5
3.	3 балла	3 правильных ответа из 5
4.	2балла	2 правильных ответа из 5
5.	1 балл	1 правильный ответ из 5
6.	0 баллов	Нет правильных ответов

## 5.5 Экзаменационные вопросы

*Краткие методические указания*

*Шкала оценки*