

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**ПРАКТИКА РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ МОДУЛЬ 2**

Направление и направленность (профиль)  
42.04.05 Медиакоммуникации. Производство и управление медийными продуктами

Год набора на ОПОП  
2024

Форма обучения  
заочная

Владивосток 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Практика разработки рекламных проектов модуль 2» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №531) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Павелкина Л.С., кандидат политических наук, доцент, Высшая школа кино и телевидения, Pavelkina.LS@vvsu.ru*

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 03.03.2023 , протокол № 8

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчик)

Булах С.П.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575566011
Номер транзакции	0000000000CED40A
Владелец	Булах С.П.

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

### 1 Цель и задачи освоения дисциплины

Сформировать практические навыки реализации PR-проектов, сформировать навыки использования основных методов и инструментов проектирования.

**Задачи** освоения дисциплины:

- сформировать навыки использования основных методов и инструментов PR-проектирования;
- освоить логико-структурный метод реализации PR-проекта;
- уметь проводить профессиональный анализ собственного PR-проекта.

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	
42.04.05 «Медиакоммуникации» (М-МК)	ПКВ-3 : Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов.	ПКВ-3.3к : Составляет квалификационные требования к персоналу медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	РД1	Знание	организационных структур медиакомпаний
			РД2	Навык	проектирования организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов
			РД3	Умение	проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

### 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

	Форма	Семестр (ОФО) или	Трудо-емкость	Объем контактной работы (час)		Форма

Название ОПОП ВО	обучения	Часть УП	курс (ЗФО, ОЗФО)	(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная		СРС	аттестации
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.04.05 Медиакоммуникации	ЗФО	М01.ДВ.Б	2	5	17	0	16	0	1	0	163	Э

## 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 результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Технология управления проектной деятельности в рекламе.	РД1, РД2	0	4	0	31	Анкета, контрольная работа
2	Технология управления проектной группой в рекламе.	РД1, РД2	0	4	0	33	Анкета, контрольная работа
3	Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.	РД1, РД3	0	4	0	33	Анкета, контрольная работа
4	Оценка эффективности рекламного проекта.	РД1, РД2, РД3	0	2	0	33	Анкета, контрольная работа
5	Презентация рекламного проекта	РД1, РД2, РД3	0	2	0	33	Анкета, контрольная работа
<b>Итого по таблице</b>			<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>163</b>	

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

*Тема 1 Технология управления проектной деятельности в рекламе.*

Содержание темы: Технология управления проектной деятельности в рекламе. Построение организационной структуры управления PR-проектами. Матрица ответственности. Управление коммуникациями проекта.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение предлагаемой литературы.

*Тема 2 Технология управления проектной группой в рекламе.*

Содержание темы: Технология управления проектной группой в рекламе. 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: проблемное занятие.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение предлагаемой литературы.

*Тема 3 Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.*

Содержание темы: Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта. Понятие кризиса, классификация рисков. Принципы оценки промежуточных результатов

рекламного проекта. Антикризисный план как составная часть рекламного проекта.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение предлагаемой литературы.

#### *Тема 4 Оценка эффективности рекламного проекта.*

Содержание темы: Оценка эффективности рекламного проекта. 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: проблемное занятие.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение предлагаемой литературы.

#### *Тема 5 Презентация рекламного проекта.*

Содержание темы: Презентация рекламного проекта Презентация как средство демонстрации жизнедеятельности проекта. Алгоритм процесса подготовки презентации. Разработка содержания и структуры презентации.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение предлагаемой литературы.

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

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

Изучение данной дисциплины предполагает, что студент будет обращаться к теоретической литературе, выяснение сущности категорий, получение представлений об этапах эволюции связей с общественностью в контексте усложнения массовой коммуникации как системы. Многие вопросы, вызывающие разночтения из-за разного толкования в теоретической литературе, будут обсуждены на практических занятиях в процессе опросов, а также в процессе выполнения контрольных заданий.

Предложенный в пункте 9 список литературы позволяет освоить категориальный аппарат в необходимом минимальном объеме. По некоторым темам студенту будет предложена специальная, дополнительная литература, которую необходимо прочесть, чтобы получить узкоспециальные знания. Источники из списка дополнительной литературы будут предложены по конкретной теме и прокомментированы вначале занятия или в связи с заданием.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретическую литературу. Все виды оценочных средств предложены в Фонде оценочных средств.

### **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**

1. Организация рекламного бизнеса : Учебно-методическая литература [Электронный ресурс] : Флинта , 2019 - 79 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=349398>

2. Поляков В. А., Романов А. А. Рекламный менеджмент : Учебное пособие [Электронный ресурс] : КУРС , 2018 - 352 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=328497>

### **7.2 Дополнительная литература**

1. Заможных, Е.А. Рекламные технологии : учеб. пособие (курс лекций) / П.И. Срыбная; Е.А. Заможных .— Ставрополь : изд-во СКФУ, 2018 .— 118 с. — URL: <https://lib.rucont.ru/efd/705222> (дата обращения: 18.07.2024)

2. Исаев, А. А. Управление рекламной деятельностью : учебное пособие / А. А. Исаев. — Владивосток : ВГУЭС, 2020. — 60 с. — ISBN 978-5-9736-0597-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/170248> (дата обращения: 18.07.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Краснянская, О. В. Теоретические основы рекламной деятельности : учебное пособие / О. В. Краснянская. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 78 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/171532> (дата обращения: 18.07.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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

1. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>

2. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"

3. Электронно-библиотечная система "РУКОНТ"
4. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

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

Основное оборудование:

- Система аудиовизуального представления информации

Программное обеспечение:

- Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

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

**ПРАКТИКА РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ МОДУЛЬ 2**

Направление и направленность (профиль)

42.04.05 Медиакоммуникации. Производство и управление медийными продуктами

Год набора на ОПОП  
2024

Форма обучения  
заочная

Владивосток 2024

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.04.05 «Медиакоммуникации» (М-МК)	ПКВ-3 : Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов.	ПКВ-3.3к : Составляет квалификационные требования к персоналу медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов

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-3 «Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов.»**

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-3.3к : Составляет квалификационные требования к персоналу медиакомпаний, медиаструктур и медиапроектов	РД1	Знание	организационных структур медиакомпаний	знает организационные структуры медиакомпаний
	РД2	Навык	проектирования организационных структур медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	имеет навыки проектирования организационных структур медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов
	РД3	Умение	проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	умеет проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 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 : организационных структур медиакомпаний	1.1. Технология управления проектной деятельности в рекламе.	Анкета / опросник	Контрольная работа
		1.2. Технология управления проектной группой в рекламе.	Анкета / опросник	Контрольная работа
		1.3. Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.	Анкета / опросник	Контрольная работа
		1.4. Оценка эффективности рекламного проекта.	Анкета / опросник	Контрольная работа
		1.5. Презентация рекламного проекта	Анкета / опросник	Контрольная работа
РД2	Навык : проектирования организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	1.1. Технология управления проектной деятельности в рекламе.	Контрольная работа	Контрольная работа
		1.2. Технология управления проектной группой в рекламе.	Контрольная работа	Контрольная работа
		1.4. Оценка эффективности рекламного проекта.	Контрольная работа	Контрольная работа
		1.5. Презентация рекламного проекта	Контрольная работа	Контрольная работа
РД3	Умение : проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	1.3. Антикризисное реагирование в рамках рекламного проекта.	Контрольная работа	Контрольная работа
		1.4. Оценка эффективности рекламного проекта.	Контрольная работа	Контрольная работа
		1.5. Презентация рекламного проекта	Контрольная работа	Контрольная работа

#### 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		
	Анкета	Контрольная работа	Итого
Практические занятия	40	20	60
Самостоятельная работа		20	20
Промежуточная аттестация		20	20
Итого	40	60	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 Пример анкеты

#### Пример № 1 анкеты по проверке знаний терминов и понятий проектирования

Тема: «Проектный метод»

Степень трудности – высокая.

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

Вариант 1. Время выполнения – 15 минут

Термин, понятие  
метод  
концепция  
проект  
риск  
ресурсы

Формулировка содержания

Вариант 2. Время выполнения – 15 минут

Термин, понятие  
команда проекта  
консультант  
эксперт  
мозговой штурм  
миссия проекта

Формулировка содержания

#### Пример № 2 анкеты по проверке знаний терминов и понятий проектирования

Тема: «Управление проектной группой»

Степень трудности – высокая.

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

Вариант 1. Время выполнения 15 минут.

проектная группа	
тайм-менеджмент	
нематериальное стимулирование	
материальное стимулирование	

Вариант 2.

предвидение	
бюджет проекта	
стадии проекта	

цель проекта	
--------------	--

*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*

№	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

## 5.2 Примеры заданий для выполнения контрольных работ

1. Студенты группы делятся на 3-5 групп. Учебная группа вместе с преподавателем определяет возможный рекламный проект.
2. Каждой группе необходимо поставить цель в соответствии с выбранным проектом, разработать альтернативы, обосновать наиболее перспективную и представить показатели позволяющие оценить ее эффективность
3. Используя проектный инструментарий определить график разработки и реализации проекта, составить матрицу ответственных лиц по его реализации.
4. Защита задания проводится публично.

*Краткие методические указания*

При защите задания студенты должен:

Подготовить выступление по защите проекта (не более 5 минут):

Дать краткое пояснение цели;

Обосновать выбор альтернативы;

Обосновать выбор критериев эффективности;

Сделать и обосновать выводы своей работы;

Отвечать на устные вопросы одногруппников связанные с содержанием альтернатив и возможностями их реализации.

*Шкала оценки*

Оценка	Баллы	Описание
5	60-80	Оценка «отлично» выставляется при выполнении работы в установленные сроки, в полном объеме и на высоком теоретическом уровне. Студент свободно владеет теоретическим материалом, умеет применить его при решении кейса; на все вопросы дает правильные и обоснованные ответы, убедительно защищает свою точку зрения.
4	40-59	Оценка «хорошо» выставляется при выполнении работы в установленные сроки, в полном объеме. Студент достаточно владеет теоретическим материалом, может применять его самостоятельно или по указанию преподавателя. На большинство вопросов даны правильные ответы, защищает свою точку зрения достаточно обосновано.
3	20-39	Оценка «удовлетворительно» выставляется при выполнении работы в установленные сроки, в основном правильно, но без достаточно глубокой проработки некоторых разделов. Студент усвоил только основные разделы теоретического материала и по указанию преподавателя (без инициативы и самостоятельности) применяет его практически; на вопросы отвечает неуверенно или допускает ошибки, неуверенно защищает свою точку зрения.
2	0-19	Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае, если студент не выполняет работу в установленные сроки. Решения кейса не раскрыто, ответы не полные. Студент не может защитить свои выводы, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или не отвечает на них.