

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: Гурова Елена Павловна

Рабочая программа дисциплины

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Код УМК 93620

**Утверждено
Протокол №11
от «21» мая 2021 г.**

Пермь, 2021

1. Наименование дисциплины

Теория и практика связей с общественностью

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **42.03.02** Журналистика
направленность Программа широкого профиля

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Теория и практика связей с общественностью** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

42.03.02 Журналистика (направленность : Программа широкого профиля)

ОПК.1 Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на основе применения понятийного аппарата социальных и гуманитарных наук

Индикаторы

ОПК.1.1 Применяет современный понятийно-категориальный аппарат и методический инструментальный социальных и гуманитарных наук по профилю деятельности

ОПК.7 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Индикаторы

ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа

ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	42.03.02 Журналистика (направленность: Программа широкого профиля)
форма обучения	заочная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	8,9
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	12
Проведение лекционных занятий	4
Проведение практических занятий, семинаров	8
Самостоятельная работа (ак.час.)	96
Формы текущего контроля	Защищаемое контрольное мероприятие (2) Итоговое контрольное мероприятие (1)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (9 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Теория и практика связей с общественностью

Дисциплина посвящена как освещению теоретической базы связей с общественностью - предпосылок и сформировавшихся закономерностей развития, жанрового и инструментального многообразия, структуры и специфики, эволюционирования коммуникаций, методов, методик и приемов, применяемых на практике в связях с общественностью, - так и освещению и обеспечению усвоения студентами практических аспектов планирования и реализации социальными субъектами коммуникаций с использованием современных PR-технологий для повышения эффективности деятельности в коммерческой и политической функциональных сферах.

Генезис и историческая диахрония связей с общественностью

Предпосылки формирования и развития – экономические, политические, социально-исторические. Сопряженность сфер деятельности в формировании и развитии моделей и инструментария связей с общественностью.

Генезис понятия.

Историческая спираль развития. Историческая диахрония и синхрония процессов развития связей с общественностью (применимость теории Ж. де Соссюра). Точки «роста» и «спада», обусловленность. Структурно-динамические модели связей с общественностью и соотношение со структурно-семантическим наполнением понятия, модификацией инструментария и жанровых форм связей с общественностью.

Надстройка исторических форм; глобальный детерминизм и прогнозируемость процессов, форм, методов, жанров. Параллели с современным периодом, акцент на обусловленности специфики современного периода.

Культурно-историческая специфика современного периода: понятие авторства, расширение текстовой базы (как количественные показатели, так и качественные – возросшее количество жанров), вызовы, которые бросает современность журналисту: 1) информационный шум (увеличение каналов связи внутри общества, доступ к средствам создания информации – «взрыв авторства»; 2) когнитивный шум и характеристика процесса познания индивидуума (раскрытие понятия «клиповое мышление»); 3) технический шум и модификации поведенческих особенностей индивидуума в обществе; 4) фрагментация – как характеристика картины мира современного человека, потребляющего информацию с помощью различных каналов связи; 5) персонализация новостного рынка.

Жанрово-структурный диалогизм. Жанровые модификации

Формирование новых коммуникативных жанров в практике связей с общественностью. Надстройка существующих жанровых форм.

Сопряженность и интегрированность возникающих жанров и существовавших или существующих.

Диалогизм жанровых процессов.

Жанровые новации и жанровые модификации.

Матрица жанрово-структурных и исторических процессов.

Интегрированность жанров в разных сферах журналистики. Жанрово-структурная сетка в «цифровую» эпоху (эпоху информационного общества).

Проблема «авторства» и жанровой специфики. Границы жанров. Детерминизм жанровых форм.

Психологическая составляющая, акценты на моменты (точки, способы)

эмоционально-психологического «взрыва». Манипулятивные жанры. Модуляция восприятия.

Провокация. Формирование, подготовка эмоционально-окрашенного фона, почвы восприятия.

«Надрыв» в жанрово-тематическом плане (вполне возможно проецирование метафоры Ф.М.

Достоевского на реальность).

Эволюционирование коммуникаций. Доминантность интернет-коммуникаций

Соотношение видов коммуникаций в историческом разрезе. Влияние развития общества.

Информационное общество = доминантность интернет-коммуникаций в связях с общественностью.

Миграция и синтез коммуникативных моделей, стратегий и технологий. Модуляция новых форм и моделей.

Стилистические особенности речи в гражданских аккаунтах и речь журналиста в аккаунтах СМИ.

Представительства крупнейших мировых, российских и пермских СМИ в социальных сетях (специфика подачи материала, анализ текстов и инструментов подачи материала (жанр, вид (видео-аудио) и др.).

Этические нормы работы журналиста в социальных сетях, нормативно-правовая база (международные, федеральные и региональные законы, определяющие работу журналиста)

Инструментарий журналиста в социальных сетях

Работа с социологическими методами исследования общественности (опрос, анкетирование и др.) в социальных сетях, создание базы данных персонажей определенной целевой аудитории для разных социальных сетей, навык сегментирования аудитории по различным критериям.

Поиск информации, ее фильтрации и толкования, проверки фактов, умелой подачи материала, а также оценки медиапотребления созданного продукта.

Знание иерархии социальных сетей в той или иной области (знание критериев оценки социальных сетей). Мониторинг социальных сетей Twitter, Facebook, ВКонтакте, ОК (Одноклассники), Instagram, YouTube и др. с помощью различных инструментов, а также мониторинг восходящих трендов других медиа (Mediametrics).

Верификация аккаунта пользователя.

Работа с текстами для публикации в социальных сетях, создание и обработка фото-видео-контента.

Жанры публикаций и приёмы адаптации текста СМИ для публикации в социальных сетях

Основные жанры публикаций в соцсетях, выбор определенного жанра для достижения цели в конкретной области знаний, в которой специализируется журналист.

Программы для создания инфографики, владение жанрами социальных сетей для адаптации классических журналистских текстов для публикации.

Методика и приёмы продвижения группы (аккаунта) СМИ в социальных сетях

Понятие трансмедийности современной медиасферы. Понятия «интернет-маркетинг» и «интернет-менеджмент», Знание функций CEO (Chief Executive Officer) и принципы работы SMM (social media marketing) для разных социальных сетей.

Основы связей с общественностью (пиара) и рекламы в соцсетях. Выявление иерархии методов работы, создание алгоритмов (позиционирование – стратегическое планирование – выбор методов продвижения).

Настройка бизнес-аккаунтов в Facebook и Instagram, рекламный кабинет в ВКонтакте и др. для извлечения статистики и создания списка маркетинговых метрик. Знание параметров настройки таргетированной рекламы по охвату, географическим меткам, по вовлеченности и др.

Организация работы с лидерами мнений и умение организовать деловую переписку с представителями рекламодателя в пабликах, у которых высокий рейтинг.

Алгоритм «умной ленты» социальных сетей для достижения максимального уровня engagement rate (рейтинг активности целевой аудитории), умение достигать этого рейтинга с помощью установки коммуникации (лайки, комментарии, сохранения, упоминания, репосты и др.).

Программы для создания отчетов эффективности публикаций в социальных сетях по параметрам (followers count, ratio, comments to like ratio, post frequency, hashtags, captions, photo orientation и др.)

Маркетинговые метрики (Google Analytics, Яндекс.Метрика, Top.mail.ru и др.) для анализа статистики по таким критериям, как: 1) количество посетителей; 2) количество просмотров; 3) количество

просмотров на одного посетителя, или «глубина»; 4) средняя длительность сессии; 5) показатель отказов; 6) переходы из поисковых систем; 7) переходы из социальных сетей; 8) переходы с сайтов; 9) внутренние переходы; 10) демографические характеристики; 11) географические данные и др.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. — ISBN 978-5-906172-26-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>
2. Аксенова, О. Н. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян, Е. В. Швец. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-7731-0503-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>
3. Пустовалов А. В. Социальные коммуникации в Интернет: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров «Журналистика»/А. В. Пустовалов.- Пермь:ПГНИУ,2021, ISBN 978-5-7944-3622-8.-91. <https://elis.psu.ru/node/642465>
4. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 263 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/432040>

Дополнительная:

1. Районные газеты Пермского края: настоящее и будущее: монография/[В. В. Абашев, З. С. Антипина, Е. Г. Власова и др.] ; под общ. ред. Л. Л. Черепановой.-Пермь:ПГНИУ,2017, ISBN 978-5-7944-3025-7.-1.- Библиогр. в конце разд. <https://elis.psu.ru/node/488480>
2. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/438975>
3. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью : модели, технологии, синергетический эффект / Т. Э. Гринберг. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. — 324 с. — ISBN 978-5-211-06399-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/54633.html>
4. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.] ; под редакцией С. Балмаева, М. Лукиа. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. — ISBN 978-5-7525-3084-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>
5. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/122163.html>
6. Губанов, Д. А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартисвили ; под редакцией Д. А. Новиков. — Москва : Издательство физико-математической литературы, 2010. — 228 с. — ISBN 9875-94052-194-5.

— Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].
<http://www.iprbookshop.ru/8531>

7. Маркасов, М. Ю. Теория и практика массовой информации : учебно-методический комплекс / М. Ю. Маркасов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 199 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/69562.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://vk.com/news59> 59.ru
<https://vk.com/permnews> (<https://vk.com/id107866966>) Новости Перми
http://vk.com/properm_ru ProPerm
<https://vk.com/vkurseperm> В курсе. Пермь
https://vk.com/community_dixinews DixiNews
<https://vk.com/club17842188> КП Пермь
<https://vk.com/gazetabc> Business Class
<https://vk.com/nesekretno> НеСекретно
https://vk.com/aif_perm АИФ Пермь
<https://vk.com/vikiperma> Мой город - Пермь
<https://vk.com/podslushanoperma> Подслушано Пермь
<https://vk.com/permaactive> Пермь Активная
<https://vk.com/permyaky> Пермьяки. Подслушано Пермь
https://vk.com/tip_brz [ТБ] Типичные Березники
<https://vk.com/vseberezniki> Все Березники
<https://vk.com/nedelyaru> Неделя.ру
https://vk.com/podslushano_v_solikamske Подслушано Соликамск
<https://vk.com/solikamsktv> Соликамск-Медиа
https://vk.com/dobryanka_city Добрянка Сити
<https://vk.com/parmanews> Парма-новости

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Теория и практика связей с общественностью** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- 1) презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
- 2) доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
- 3) доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
- 4) интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта);

Перечень необходимого лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения:

- 1) офисный пакет приложений (текстовый процессор, программа для подготовки электронных презентаций);
- 2) программа демонстрации видеоматериалов (проигрыватель);
- 3) приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов.

Дисциплина не предусматривает использование специального программного обеспечения.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для лекционных занятий, занятий семинарского типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, мероприятий текущего контроля необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Самостоятельная работа: аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета; помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Теория и практика связей с общественностью**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.7

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа	ЗНАТЬ способы организации социального взаимодействия в рамках связей с общественностью; УМЕТЬ анализировать запросы и потребности общества в рамках связей с общественностью; ВЛАДЕТЬ навыком работы с аудиторией медиа.	<p>Неудовлетворител Не ЗНАЕТ способы организации социального взаимодействия в рамках связей с общественностью; не УМЕЕТ анализировать запросы и потребности общества в рамках связей с общественностью; не ВЛАДЕЕТ навыком работы с аудиторией медиа.</p> <p>Удовлетворительн ЗНАЕТ отдельные способы организации социального взаимодействия в рамках связей с общественностью; в целом УМЕЕТ анализировать запросы и потребности общества в рамках связей с общественностью; при консультативной поддержке ВЛАДЕЕТ навыком работы с аудиторией медиа.</p> <p>Хорошо ЗНАЕТ основные способы организации социального взаимодействия в рамках связей с общественностью; в целом УМЕЕТ анализировать запросы и потребности общества в рамках связей с общественностью; ВЛАДЕЕТ навыком работы с аудиторией медиа.</p> <p>Отлично ЗНАЕТ способы организации социального взаимодействия в рамках связей с общественностью; УМЕЕТ анализировать запросы и потребности общества в рамках связей с общественностью; ВЛАДЕЕТ навыком работы с аудиторией медиа.</p>
ОПК.7.2	ЗНАТЬ методы оценки	Неудовлетворител

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории	запросов и потребностей общества и аудитории; УМЕТЬ оценивать запросы и потребности общества и аудитории; ВЛАДЕТЬ навыком создания медиапродукта с учетом запросов общества.	<p>Неудовлетворител Не ЗНАЕТ методы оценки запросов и потребностей общества и аудитории; не УМЕЕТ оценивать запросы и потребности общества и аудитории; не ВЛАДЕЕТ навыком создания медиапродукта с учетом запросов общества.</p> <p>Удовлетворительн ЗНАЕТ отдельные методы оценки запросов и потребностей общества и аудитории; в целом УМЕЕТ оценивать запросы и потребности общества и аудитории; ВЛАДЕЕТ навыком создания медиапродукта с учетом запросов общества при консультативной поддержке.</p> <p>Хорошо ЗНАЕТ основные методы оценки запросов и потребностей общества и аудитории; в целом УМЕЕТ оценивать запросы и потребности общества и аудитории; ВЛАДЕЕТ навыком создания медиапродукта с учетом запросов общества.</p> <p>Отлично ЗНАЕТ методы оценки запросов и потребностей общества и аудитории; УМЕЕТ оценивать запросы и потребности общества и аудитории; ВЛАДЕЕТ навыком создания медиапродукта с учетом запросов общества.</p>

ОПК.1

Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на основе применения понятийного аппарата социальных и гуманитарных наук

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.1.1 Применяет современный понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий социальных и	ЗНАТЬ понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий в рамках связей с общественностью; УМЕТЬ использовать понятийно-категориальный	<p>Неудовлетворител Не знает понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий в рамках связей с общественностью, Не умеет использовать понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий в ряде форм и моделей связей с общественностью, в том числе в</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
гуманитарных наук по профилю деятельности	<p>аппарат и методический инструментарий в ряде форм и моделей связей с общественностью, в том числе в разных соцсетевых форматах;</p> <p>ВЛАДЕТЬ основными навыками анализа и оценки эффективности использования форм и методов связей с общественностью</p>	<p>Неудовлетворител разных соцсетевых форматах, Не владеет основными навыками анализа и оценки эффективности использования форм и методов связей с общественностью</p> <p>Удовлетворительн знает основные понятия и базовый методический инструментарий в рамках связей с общественностью, умеет их использовать в некоторых формах и моделях связей с общественностью, в том числе в отдельных соцсетевых форматах, слабо владеет основными навыками анализа и оценки эффективности использования форм и методов связей с общественностью</p> <p>Хорошо знает понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий в рамках связей с общественностью, умеет использовать понятийно- категориальный аппарат и методический инструментарий в ряде форм и моделей связей с общественностью, в том числе в разных соцсетевых форматах, владеет основными навыками анализа и оценки эффективности использования форм и методов связей с общественностью</p> <p>Отлично знает понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий в рамках связей с общественностью, умеет грамотно использовать понятийно- категориальный аппарат и методический инструментарий в разных формах и моделях связей с общественностью, в том числе в разных соцсетевых форматах, владеет навыками анализа и оценки эффективности использования форм и методов связей с общественностью</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : заочная 2019

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ОПК.1.1 Применяет современный понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий социальных и гуманитарных наук по профилю деятельности ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа	Инструментарий журналиста в социальных сетях Защищаемое контрольное мероприятие	Выбор и применение инструментария журналиста в соцсетях

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ОПК.1.1 Применяет современный понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий социальных и гуманитарных наук по профилю деятельности ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа	Жанры публикаций и приёмы адаптации текста СМИ для публикации в социальных сетях Защищаемое контрольное мероприятие	Создание поста или нескольких постов в соцсети на основе журналистского материала
ОПК.1.1 Применяет современный понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий социальных и гуманитарных наук по профилю деятельности ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа	Методика и приёмы продвижения группы (аккаунта) СМИ в социальных сетях Итоговое контрольное мероприятие	Методика и приёмы продвижения группы (аккаунта) в социальных сетях

Спецификация мероприятий текущего контроля

Инструментарий журналиста в социальных сетях

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
знание иерархии соцсетей в той или иной области	6
знание методов исследования общественности в соцсетях	6
умение искать, фильтровать, интерпретировать и эффективно подавать материал	6
умение оценивать медиапотребление созданного продукта	6

умение создавать базу данных определенной целевой аудитории для разных соцсетей, сегментировать ее по различным критериям	6
За каждую допущенную ошибку снимается один балл.	-1

Жанры публикаций и приёмы адаптации текста СМИ для публикации в социальных сетях

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
владение отличными навыками грамотной и логичной письменной речи	6
знание разнообразия жанров публикаций в соцсетях	6
знания специфики выбранных для публикации поста социальных сетей	6
умение выбрать и реализовать определенный жанр для достижения конкретной цели в определенной соцсети	6
умение убедительно приспособить журналистский текст к особенностям выбранных для публикации поста социальных сетей	6
За каждую допущенную ошибку снимается один балл.	-1

Методика и приёмы продвижения группы (аккаунта) СМИ в социальных сетях

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
знание маркетинговых метрик для анализа статистики по ряду критериев и умение их применять	10
знания функций CEO и принципов работы SMM для разных социальных сетей, умение осуществлять позиционирование, стратегическое планирование, выбор методов продвижения	10
умение достигать engagement rate с помощью установки коммуникации (лайки, комментарии, сохранения, упоминания, репосты и др)	10
умение настраивать аккаунты, рекламные кабинеты и т.д. в разных соцсетях, настраивать таргетированную рекламу, умение организовать деловую переписку с представителями рекламодателя в пабликах, у которых высокий рейтинг	10
За каждую допущенную ошибку снимается один балл.	-1