

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: Пономарев Николай Филиппович
Гурова Елена Павловна

Рабочая программа дисциплины
МЕДИАРИЛЕЙШНЗ
Код УМК 82689

Утверждено
Протокол №9
от «07» мая 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Медиарилейшнз

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Направление: **42.03.01** Реклама и связи с общественностью
направленность Программа широкого профиля

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Медиарилейшнз** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность : Программа широкого профиля)

ОПК.10 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Индикаторы

ОПК.10.2 Учитывает социальные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности

ОПК.8 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Индикаторы

ОПК.8.1 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования

ПК.2 Способен создавать и распространять медиапродукты

Индикаторы

ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов

4. Объем и содержание дисциплины

| | |
|---|--|
| Направления подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Программа широкого профиля) |
| форма обучения | очная |
| №№ триместров, выделенных для изучения дисциплины | 10,11 |
| Объем дисциплины (з.е.) | 9 |
| Объем дисциплины (ак.час.) | 324 |
| Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе: | 126 |
| Проведение лекционных занятий | 42 |
| Проведение практических занятий, семинаров | 84 |
| Самостоятельная работа (ак.час.) | 198 |
| Формы текущего контроля | Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (2) Письменное контрольное мероприятие (4) |
| Формы промежуточной аттестации | Зачет (10 триместр) Экзамен (11 триместр) |

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Первый триместр

Концепции конструирования социальной реальности в пространстве массовой коммуникации. Социальные функции и социальные эффекты средств массовой информации. Принципы деятельности журналистов и процессы формирования новостей. Методы исследования содержания медиасферы

Социальный конструктивизм

Теории социального конструктивизма. Медиареальность с позиций конструктивизма. Конструирование реальности. Объект и субъект познания. Объект и субъект воздействия. Радикальный конструктивизм.

Медиасфера и медиатизация

Сущность, содержание и история массовой коммуникации. Динамика массовых настроений. Социальные поля. Медиатизация. Медиареальность и медиатированная реальность. Фейковые новости. Медиакультура и медиаграмотность. Медиaprостранство. Медиатекст. Медиа субъект. Наполнение медиасферы. Инфосоциализация. Homo Informaticus.

Фрейминг новостей

Медиа-эффекты и эффекты медиа. Сущность фрейминга как когнитивной технологии. Фрейм. Классификация фреймов. "Фреймы в мысли" и "фреймы в коммуникации". Когнитивные схемы и социокультурные сценарии. Метафоризация. Классификация медиафреймов. Фрейминг новостей. Эффект прайминга. Медиаповестка дня, общественная и политическая повестки дня.

Методы исследования медиасферы

Поликодовость. Синтетизм. Лингвистические и окологингвистические методы, математические методы, социологические методы и т.д.

Второй триместр

Функции и цели медиаполитики. Адвокатские фреймы как основа для убеждающих коммуникаций. Событийный маркетинг в массовой коммуникации. Возникновение и развитие нарративной парадигмы.

Политические коммуникации

Медиаполитика как версия связей с общественностью. Цели, задачи, проблемы. Информационная политика и публичный дискурс. Делиберация и делиберативная демократия. 'Диалоговый пиар' и стратегические коммуникации. Легитимность и легитимация. Концепции социального конструктивизма. Идентификация проблем и публичные антрепренеры. Формирование и установка повесток дня. Дискурсивные и адвокатские коалиции. Концепции неинституционализма.

Фрейминг и спин-контроль

Технологии манипуляций в массовой коммуникации. Концепции фрейминга и адвокатские фреймы. Технологии спин-контроля.

Политическая риторика

Событийный маркетинг и событийный менеджмент. Перформансы, акции, хэппенинги. Структура перформанса. Культурные модели и когнитивные схемы. Социокультурные сценарии и метафоризация. 'Ограниченная рациональность' и логическая аргументация. Риторика и контрриторика.

Политический сторителлинг

Нарратология: история, состояние, перспективы. Нарративный анализ и дискурсивный анализ.

Сторителлинг.

'Жесткие новости' и 'фикциональные медиа'. Поле журналистики и поле политики. Медиатизация и рекреатизация политики.

Нарративы и 'утилитарные истории'. Политический пиар

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 аудиторские 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. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/90235>

Дополнительная:

1. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 184 с. — ISBN 978-5-7567-0715-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/21062>

2. Богданов В. В. Теория и практика связей с общественностью. Медиарилейшнз: Учебное пособие/Богданов В. В.-Новосибирск:Новосибирский государственный технический университет,2011, ISBN 978-5-7782-1675-4.-59. <http://www.iprbookshop.ru/45040.html>

3. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/453915>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://www.adme.ru/> Рекламный портал

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

Образовательный процесс по дисциплине **Медиарилейшнз** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий).

Доступ в режиме on-line в электронную библиотечную систему (ЭБС).

Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Программное обеспечение для офисных задач и визуализаций

При освоении материала и выполнении 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, групповой работы и текущего контроля предусматривается аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы предусматривается аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная 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
Медиарилейшнз**

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

ОПК.8

Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

| Компетенция (индикатор) | Планируемые результаты обучения | Критерии оценивания результатов обучения |
|---|---|---|
| <p>ОПК.8.1 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования</p> | <p>Знает актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем разного уровня. Умеет анализировать актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов. Владеет навыками учета производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов.</p> | <p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Не знает актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем разного уровня. Не умеет анализировать актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов. Не владеет навыками учета производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов.</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Достаточно знает актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем разного уровня. Достаточно умеет анализировать актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов. Достаточно владеет навыками учета производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов.</p> <p align="center">Хорошо</p> |

| Компетенция (индикатор) | Планируемые результаты обучения | Критерии оценивания результатов обучения |
|----------------------------|------------------------------------|---|
| | | <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>На приемлемом уровне знает актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем разного уровня. На приемлемом уровне умеет анализировать актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов. На приемлемом уровне владеет навыками учета производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Досконально знает актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем разного уровня. Досконально умеет анализировать актуальные производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов. Досконально владеет навыками учета производственные, экономические, правовые и этические тенденции развития медиакоммуникационных систем при создании медиапродуктов.</p> |

ОПК.10

Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

| Компетенция (индикатор) | Планируемые результаты обучения | Критерии оценивания результатов обучения |
|--|--|--|
| ОПК.10.2 Учитывает социальные эффекты и последствия своей профессиональной | Знает основные социальные медиа-эффекты. Умеет прогнозировать возможные социальные эффекты созданных медиапродуктов. | <p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> <p>Не знает основные социальные медиа-эффекты. Не умеет прогнозировать возможные социальные эффекты созданных медиапродуктов. Не владеет навыками</p> |

| Компетенция (индикатор) | Планируемые результаты обучения | Критерии оценивания результатов обучения |
|----------------------------|--|--|
| деятельности | Владеет навыками прогнозирования возможных социальных эффектов при создании конкретных медиапродуктов. | <p>Неудовлетворител прогнозирования возможных социальных эффектов при создании конкретных медиапродуктов.</p> <p>Удовлетворительн Достаточно знает основные социальные медиа-эффекты. Достаточно умеет прогнозировать возможные социальные эффекты созданных медиапродуктов. Достаточно владеет навыками прогнозирования возможных социальных эффектов при создании конкретных медиапродуктов.</p> <p>Хорошо На приемлемом уровне знает основные социальные медиа-эффекты. На приемлемом уровне умеет прогнозировать возможные социальные эффекты созданных медиапродуктов. На приемлемом уровне владеет навыками прогнозирования возможных социальных эффектов при создании конкретных медиапродуктов.</p> <p>Отлично Досконально знает основные социальные медиа-эффекты. Досконально умеет прогнозировать возможные социальные эффекты созданных медиапродуктов. Досконально владеет навыками прогнозирования возможных социальных эффектов при создании конкретных медиапродуктов.</p> |

ПК.2

Способен создавать и распространять медиапродукты

| Компетенция (индикатор) | Планируемые результаты обучения | Критерии оценивания результатов обучения |
|---|---|---|
| ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов | Знает типологию коммуникативных стратегий для продвижения медиапродуктов. Умеет разрабатывать коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов. Владеет навыками отбора | <p>Неудовлетворител Не знает типологию коммуникативных стратегий для продвижения медиапродуктов. Не умеет разрабатывать коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов. Не владеет навыками отбора коммуникативных стратегий для продвижения конкретных медиапродуктов.</p> <p>Удовлетворительн</p> |

| Компетенция (индикатор) | Планируемые результаты обучения | Критерии оценивания результатов обучения |
|----------------------------|--|---|
| | коммуникативных стратегий для продвижения конкретных медиапродуктов. | <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>Достаточно знает типологию коммуникативных стратегий для продвижения медиапродуктов. Достаточно умеет разрабатывать коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов. Достаточно владеет навыками отбора коммуникативных стратегий для продвижения конкретных медиапродуктов.</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>На приемлемом уровне знает типологию коммуникативных стратегий для продвижения медиапродуктов. На приемлемом уровне умеет разрабатывать коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов. На приемлемом уровне владеет навыками отбора коммуникативных стратегий для продвижения конкретных медиапродуктов.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Досконально знает типологию коммуникативных стратегий для продвижения медиапродуктов. Досконально умеет разрабатывать коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов. Досконально владеет навыками отбора коммуникативных стратегий для продвижения конкретных медиапродуктов.</p> |

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : набор 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 |
|--|---|---|
| Входной контроль | Социальный конструктивизм Входное тестирование | Знание основных каналов и специфики каналов массовой коммуникации |
| ОПК.10.2 Учитывает социальные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности | Медиасфера и медиатизация Письменное контрольное мероприятие | Знание, умение и навыки выбирать и использовать адекватные каналы публичной коммуникации коммуникаций |
| ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов ОПК.10.2 Учитывает социальные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности | Фрейминг новостей Письменное контрольное мероприятие | Знание, умение и навыки эффективного взаимодействия с медиа-агентами и журналистами |
| ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов ОПК.10.2 Учитывает социальные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности | Методы исследования медиасферы Итоговое контрольное мероприятие | Знание, умение и навык исследования медиасферы |

Спецификация мероприятий текущего контроля

Социальный конструктивизм

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

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

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

| Показатели оценивания | Баллы |
|--|--------------|
| Знает множество видов СМИ и каналов массовой коммуникации. Умеет пользоваться каналами массовой коммуникации. Владеет навыками поиска в сети интернет. | 100 |
| Не знает множество видов СМИ и каналов массовой коммуникации, не умеет пользоваться каналами массовой коммуникации. Владеет навыками поиска в сети интернет. | 40 |

Медиафера и медиатизация

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

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

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

Проходной балл: **13**

| Показатели оценивания | Баллы |
|--|--------------|
| досконально знает технологии публичных коммуникаций, умеет планировать публичные коммуникации, владеет навыками реализации публичных коммуникаций | 30 |
| знает технологии публичных коммуникаций, умеет планировать публичные коммуникации, владеет навыками реализации публичных коммуникаций на приемлемом уровне | 25 |
| плохо знает технологии публичных коммуникаций, умеет планировать публичные коммуникации, слабо владеет навыками реализации публичных коммуникаций | 20 |
| плохо знает технологии публичных коммуникаций, плохо умеет планировать публичные коммуникации, не владеет навыками реализации публичных коммуникаций | 12 |
| За каждую ошибку снимается один балл. | -1 |

Фрейминг новостей

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

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

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

Проходной балл: **13**

| Показатели оценивания | Баллы |
|---|--------------|
| досконально знает технологии взаимодействия с представителями СМИ, умеет планировать взаимодействия с представителями СМИ, владеет навыками взаимодействия с представителями СМИ | 30 |
| знает технологии взаимодействия с представителями СМИ, умеет планировать взаимодействия с представителями СМИ, но слабо владеет навыками взаимодействия с представителями СМИ | 25 |
| знает технологии взаимодействия с представителями СМИ, умеет планировать взаимодействия с представителями СМИ, владеет навыками взаимодействия с представителями СМИ на приемлемом уровне | 20 |
| плохо знает технологии взаимодействия с представителями СМИ, плохо умеет планировать взаимодействия с представителями СМИ, не владеет навыками взаимодействия с представителями СМИ | 12 |
| За каждую ошибку снимается один балл. | -1 |

Методы исследования медиасферы

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

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

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

Проходной балл: **17**

| Показатели оценивания | Баллы |
|---|--------------|
| досконально знает технологии взаимодействия с представителями СМИ, умеет планировать взаимодействия с представителями СМИ, владеет навыками взаимодействия с представителями СМИ | 40 |
| знает технологии взаимодействия с представителями СМИ, умеет планировать взаимодействия с представителями СМИ, владеет навыками взаимодействия с представителями СМИ на приемлемом уровне | 30 |
| знает технологии взаимодействия с представителями СМИ, умеет планировать взаимодействия с представителями СМИ, но не владеет навыками взаимодействия с представителями СМИ | 25 |

| | |
|--|----|
| | |
| плохо знает технологии взаимодействия с представителями СМИ, не умеет планировать взаимодействия с представителями СМИ, не владеет навыками взаимодействия с представителями СМИ | 16 |
| За каждую ошибку снимается один балл. | -1 |

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

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 |
|--|---|---|
| ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов ОПК.8.1 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования | Фрейминг и спин-контроль Письменное контрольное мероприятие | Знание, умение и навык выявления и описания политических медмафреймов |

| Компетенция (индикатор) | Мероприятие текущего контроля | Контролируемые элементы результатов обучения |
|---|---|--|
| <p>ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов</p> <p>ОПК.8.1 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования</p> <p>ОПК.10.2 Учитывает социальные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности</p> | <p>Политическая риторика</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p> | <p>Знание, умение и навык анализа и разработки политических медиапродуктов</p> |
| <p>ПК.2.1 Разрабатывает коммуникативные стратегии для продвижения медиапродуктов</p> <p>ОПК.8.1 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования</p> <p>ОПК.10.2 Учитывает социальные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности</p> | <p>Политический сторителлинг</p> <p>Итоговое контрольное мероприятие</p> | <p>Знание, умение и навык создавать и анализировать политические нарративы</p> |

Спецификация мероприятий текущего контроля

Фрейминг и спин-контроль

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

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

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

Проходной балл: **13**

| Показатели оценивания | Баллы |
|--|-------|
| досконально знает технологии взаимодействия с социальными организациями, умеет | 30 |

| | |
|---|----|
| планировать взаимодействия с социальными организациями, владеет навыками проведения коммуникативных кампаний | |
| знает технологии взаимодействия с социальными организациями, умеет планировать взаимодействия с социальными организациями, но недостаточно владеет навыками проведения коммуникативных кампаний | 25 |
| знает технологии взаимодействия с социальными организациями, плохо умеет планировать взаимодействия с социальными организациями, но владеет навыками проведения коммуникативных кампаний | 20 |
| плохо знает технологии взаимодействия с социальными организациями и слабо владеет навыками проведения коммуникативных кампаний | 12 |
| За каждую ошибку снимается один балл. | -1 |

Политическая риторика

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

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

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

Проходной балл: **13**

| Показатели оценивания | Баллы |
|--|-------|
| досконально знает технологии публичных коммуникаций, умеет планировать публичные коммуникации, владеет навыками реализации публичных коммуникаций | 30 |
| знает технологии публичных коммуникаций, умеет планировать публичные коммуникации, владеет навыками реализации публичных коммуникаций на приемлемом уровне | 25 |
| знает технологии публичных коммуникаций, плохо умеет планировать публичные коммуникации, владеет слабыми навыками реализации публичных коммуникаций | 20 |
| плохо знает технологии публичных коммуникаций и плохо владеет навыками реализации публичных коммуникаций | 12 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| За каждую ошибку снимается один балл. | -1 |
|---------------------------------------|----|

Политический сторителлинг

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 |
|--|--------------|
| отлично знает технологии взаимодействия с социальными организациями, умеет планировать взаимодействия с социальными организациями, владеет навыками проведения коммуникативных кампаний | 40 |
| хорошо знает технологии взаимодействия с социальными организациями, умеет планировать взаимодействия с социальными организациями, владеет навыками проведения коммуникативных кампаний | 30 |
| на приемлемом уровне знает технологии взаимодействия с социальными организациями, умеет планировать взаимодействия с социальными организациями, владеет навыками проведения коммуникативных кампаний | 25 |
| плохо знает технологии взаимодействия с социальными организациями и не владеет навыками проведения коммуникативных кампаний | 16 |
| За каждую ошибку снимается один балл. | -1 |