

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: **Пономарев Николай Филиппович**

Рабочая программа дисциплины

**ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ (РЕКЛАМА И СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ)**

Код УМК 94215

Утверждено
Протокол №9
от «17» июня 2019 г.

Пермь, 2019

1. Наименование дисциплины

Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)

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 **Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)** 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.10.1 Знаком с принципами социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности

ПК.2 Способен создавать и распространять медиапродукты

Индикаторы

ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов

УК.2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

Индикаторы

УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели

УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений

УК.9 Знает правовые и этические нормы, способен оценивать последствия нарушения этих норм

Индикаторы

УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения

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	1
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	14
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен (1 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)

Связи с общественностью и маркетинг. Медиасфера и медиакоммуникации. Трансмедийные кампании.

Цели и задачи связей с общественностью

Массовая коммуникация. Медиасфера. Медиа-агенты и медиа-юзеры. Актеры и целевые группы. Ресурсы. Стратегии социального воздействия. Манипуляции.

Связи с общественностью, маркетинг и реклама

Прагматические коммуникации. Фрейминг. Установка повестки дня. Репутация. Медиа-образы. Визуализации.

Технологии связей с общественностью

Медиапродукты. Каналы коммуникации. Космелиа и трансмедиа. Коммуникативные кампании. Мемористика.

Сторителлинг и геймификация

Корпоративный сторителлинг. Политический сторителлинг. Инфотейнмент. Адвертейнмент.

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. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/448047>

Дополнительная:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>
2. Ясинская, М. Б. Литература : практикум по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» / М. Б. Ясинская. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-906912-38-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74728.html>
3. 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>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<http://advtime.ru>; Время рекламы
www.advertology.ru; Адвертология
<http://www.media-online.ru> Онлайн-коммуникации
<http://www.mediaguide.ru> Медиагайд
www.allbranding.ru; Брендинг

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

Образовательный процесс по дисциплине **Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)** 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.

Приложение позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов.

Программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель).

Программа просмотра интернет контента (браузер).

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

Для самостоятельной работы необходима аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, а также 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
Введение в специальность (реклама и связи с общественностью)**

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

ОПК.10

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

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.10.1 Знаком с принципами социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Знает основные принципы социальной ответственности в сфере массовых коммуникаций. Умеет разрабатывать коммуникативные кампании в соответствии с принципами социальной ответственности. Владеет навыками согласования коммуникативных кампаний с принципами социальной ответственности.</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Не знает принципы социальной ответственности. Не умеет опознавать нарушения принципов социальной ответственности. Не владеет навыками следования принципам социальной ответственности при разработке и реализации коммуникативных кампаний.</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Достаточно знает принципы социальной ответственности. Достаточно умеет опознавать нарушения принципов социальной ответственности. Достаточно владеет навыками следования принципам социальной ответственности при разработке и реализации коммуникативных кампаний.</p> <p align="center">Хорошо</p> <p>На приемлемом уровне знает принципы социальной ответственности. На приемлемом уровне умеет опознавать нарушения принципов социальной ответственности. На приемлемом уровне владеет навыками следования принципам социальной ответственности при разработке и реализации коммуникативных кампаний.</p> <p align="center">Отлично</p> <p>В полной мере знает принципы социальной ответственности. В полной мере умеет опознавать нарушения принципов социальной ответственности. В полной мере владеет навыками следования принципам социальной ответственности при разработке и реализации коммуникативных кампаний.</p>

ПК.2

Способен создавать и распространять медиапродукты

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Знает маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов Умеет выбирать оптимальные для решения конкретной задачи маркетинговые технологии Владеет устойчивыми навыками ситуативного использования маркетинговые технологий	Неудовлетворител не знает маркетинговые технологии, не умеет использовать маркетинговые технологии, не владеет навыками продвижения медиапродуктов Удовлетворительн знает не все маркетинговые технологии, недостаточно умеет использовать маркетинговые технологии, слабо владеет навыками продвижения медиапродуктов Хорошо достаточно знает маркетинговые технологии, достаточно умеет использовать маркетинговые технологии, достаточно владеет навыками продвижения медиапродуктов Отлично досконально знает маркетинговые технологии, досконально умеет использовать маркетинговые технологии, досконально владеет навыками продвижения медиапродуктов

УК.2

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	Знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации	Неудовлетворител Не знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Не умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Не владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации Удовлетворительн На приемлемом уровне знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений На приемлемом уровне умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений На

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>приемлемом уровне владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>В достаточной мере знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений В достаточной мере умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений В достаточной мере владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Досконально знает типологию способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Досконально умеет различать способы решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Досконально владеет навыками применять адекватные способы решения задачи в конкретной ситуации</p>
<p>УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели</p>	<p>Знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. Умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. Владеет навыками разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> <p>Не знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. Не умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. Не владеет навыками разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>Достаточно знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. Достаточно умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. Достаточно владеет навыками разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>На приемлемо уровне знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. На приемлемо уровне умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. На приемлемо уровне владеет навыками</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Досконально знает типологию задач в связях с общественностью и рекламе. Досконально умеет соотносить задачи и цели в связях с общественностью и рекламе. Досконально владеет навыками разбиения актуальных целей на задачи в связях с общественностью и рекламе.</p>

УК.9

Знает правовые и этические нормы, способен оценивать последствия нарушения этих норм

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения</p>	<p>Знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. Умеет прогнозировать последствиях нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе Владеет навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и рекламе</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> <p>Не знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. Не умеет прогнозировать последствиях нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе. Не владеет навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и рекламе.</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>Достаточно знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. Достаточно умеет прогнозировать последствиях нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе. Достаточно владеет навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и рекламе.</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>На приемлемом уровне знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. На приемлемом уровне умеет прогнозировать последствиях нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе. На приемлемом уровне владеет навыками соблюдения этических нормы</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>поведения в связях с общественностью и рекламе.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Досконально знает этические нормы поведения и последствиях их нарушения в связях с общественностью и рекламе. Умеет профессионально прогнозировать последствиях нарушения этических норм в связях с общественностью и рекламе. Владеет устойчивыми навыками соблюдения этических нормы поведения в связях с общественностью и рекламе.</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

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
Входной контроль	Цели и задачи связей с общественностью Входное тестирование	Знание целей, задач и акторов прагматических коммуникаций
УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения ОПК.10.1 Знаком с принципами социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности	Связи с общественностью, маркетинг и реклама Письменное контрольное мероприятие	Знание, умение и владение навыками решения задач в сфере связей с общественностью
УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов	Технологии связей с общественностью Письменное контрольное мероприятие	Знание, умение и владение навыками планирования и реализации маркетинговых кампаний с учетом имеющихся ресурсов

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.2.2 Использует оптимальные маркетинговые технологии для продвижения медиапродуктов ОПК.10.1 Знаком с принципами социальной ответственности в сфере профессиональной деятельности	Сторителлинг и геймификация Итоговое контрольное мероприятие	Знание, умение и владение навыками создания медиапродуктов и реализации маркетинговых кампаний с соблюдением принципов социальной ответственности

Спецификация мероприятий текущего контроля

Цели и задачи связей с общественностью

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

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

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

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
История подтверждает правильность рекламного послания (мессиджа)	20
История рассказывается от имени главного персонажа («Я») на разговорном русском языке без грамматических ошибок	20
История снабжена популярным (актуальным) хэштегом	15
История оформлена должным образом	15
История содержит как минимум экспозицию, кульминацию и развязку	15
История имеет привлекательное название	15

Связи с общественностью, маркетинг и реклама

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
История содержит как минимум название, экспозицию, кульминацию и развязку	10
История оформлена должным образом	10
История подтверждает правильность морального императива пословицы	10
За каждую ошибку снимается один балл.	-1

Технологии связей с общественностью

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
Проект содержит не менее 15 современных коммуникативных технологий	10
Проект содержит базовые структурные элементы (целевая группа, партнеры, задачи, локация, ядерный медиапродукт)	10
Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям	10
За каждую ошибку снимается один балл.	-1

Сторителлинг и геймификация

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
Меморатив состоит не менее чем из 25 связанных с кампанией и селебрити-персоной мемов и визуализаций	10
Меморатив оформлен должным образом	10
Меморатив содержит название, экспозицию, кульминацию и развязку	10
Авторские комментарии выполнены на разговорном русском языке без грамматических ошибок	5
Меморатив сопровождается выразительным саундтреком	5
За каждую ошибку снимается один балл.	-1