

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: **42.03.05** Медиакоммуникации
направленность **Контент-менеджмент**

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

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

42.03.05 Медиакоммуникации (направленность : Контент-менеджмент)

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 инструментарий 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

Направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации (направленность: Контент-менеджмент)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	7
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	14
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (2) Итоговое контрольное мероприятие (1)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (7 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 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. 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. Чхартишвили ; 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/vikiperms> Мой город - Пермь
<https://vk.com/podslushanoperm> Подслушано Пермь
<https://vk.com/permactive> 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
<p>ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа</p>	<p>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>	<p align="center">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 align="center">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 align="center">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 align="center">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>
<p>ОПК.7.2</p>	<p>ЗНАТЬ методы оценки</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p>

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 : Базовая

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	Генезис и историческая диахрония связей с общественностью Входное тестирование	Общее понятие о теории и практике связей с общественностью
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
<p>ОПК.1.1 Применяет современный понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий социальных и гуманитарных наук по профилю деятельности</p> <p>ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории</p>	<p>Жанры публикаций и приёмы адаптации текста СМИ для публикации в социальных сетях</p> <p>Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Создание поста или нескольких постов в соцсети на основе журналистского материала</p>
<p>ОПК.1.1 Применяет современный понятийно-категориальный аппарат и методический инструментарий социальных и гуманитарных наук по профилю деятельности</p> <p>ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории</p> <p>ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа</p>	<p>Методика и приёмы продвижения группы (аккаунта) СМИ в социальных сетях</p> <p>Итоговое контрольное мероприятие</p>	<p>Методика и приёмы продвижения группы (аккаунта) в социальных сетях</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Генезис и историческая диахрония связей с общественностью

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **.5 часа**

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

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

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Знание инструментария связей с общественностью	4
Знание основных способов коммуникации и связей с общественностью	3
Знание основных видов коммуникации	3

Инструментарий журналиста в социальных сетях

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
знание методов исследования общественности в соцсетях	6
знание иерархии соцсетей в той или иной области	6
умение создавать базу данных определенной целевой аудитории для разных соцсетей, сегментировать ее по различным критериям	6
умение искать, фильтровать, интерпретировать и эффективно подавать материал	6
умение оценивать медиапотребление созданного продукта	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: **2 часа**

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

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

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
знания специфики выбранных для публикации поста социальных сетей	6
умение убедительно приспособить журналистский текст к особенностям выбранных для публикации поста социальных сетей	6
знание разнообразия жанров публикаций в соцсетях	6
умение выбрать и реализовать определенный жанр для достижения конкретной цели в определенной соцсети	6
владение отличными навыками грамотной и логичной письменной речи	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
знания функций CEO и принципов работы SMM для разных социальных сетей, умение осуществлять позиционирование, стратегическое планирование, выбор методов продвижения	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
умение достигать engagement rate с помощью установки коммуникации (лайки, комментарии, сохранения, упоминания, репосты и др)	10
знание маркетинговых метрик для анализа статистики по ряду критериев и умение их применять	10

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