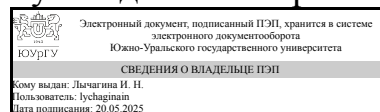


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления



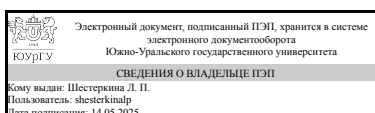
И. Н. Лычагина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины** ФД.02 Продвижение медиапродукта в социальных сетях  
**для направления** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
**уровень** Бакалавриат  
**форма обучения** заочная  
**кафедра-разработчик** Журналистика, реклама и связи с общественностью

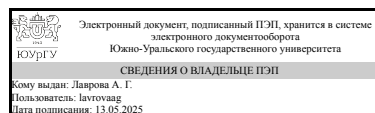
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,  
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,  
к.культурологии, доцент



А. Г. Лаврова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель сформировать у студентов представление о спектре и арсенале инструментов продвижения бизнеса в социальных медиа. Задачи: - познакомить с площадками бренда в социальных медиа; - научиться оформлять аккаунт бренда в социальных медиа; - дать общее представление о ключевых и новейших инструментах продвижения бизнеса в социальных медиа; - познакомить с инструментами, сервисами и площадками, позволяющими облегчить и автоматизировать работу над продвижением товаров и услуг в сети Интернет.

## Краткое содержание дисциплины

Программа дисциплины "Продвижение медиапродукта в социальных сетях" представлена четырьмя разделами: социальные медиа - общие понятия, реклама в социальных медиа, связи с общественностью в социальных медиа, возможности продвижения медиапродуктов в социальных медиа

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                                                                             | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | Знает: основные приемы работы с социальными сетями, технологии продвижения медиапродукта в социальных сетях<br>Умеет: разрабатывать стратегию продвижения медиапродукта в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания<br>Имеет практический опыт: проектирования и создания медиапродукта, анализа и мониторинга социальных сетей, использования информационно-коммуникационных технологий продвижения медиапродукта |

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана                              | Перечень последующих дисциплин, видов работ                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта,<br>1.О.16 Цифровые технологии | ФД.03 Информационные технологии и интеллектуальные системы в гуманитарной сфере,<br>1.О.28 Медиапланирование,<br>1.О.25 Технологии рекламы и связей с общественностью |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина | Требования |
|------------|------------|
|------------|------------|

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.О.16 Цифровые технологии                                  | <p>Знает: понятие и основные свойства информации, методы поиска, получения, обработки, анализа и синтеза информации, основные информационно-коммуникационные технологии, современные компьютерные технологии, аппаратное и программное обеспечение</p> <p>Умеет: осуществлять поиск необходимой информации, анализировать полученную информацию и принимать решения на основе полученной информации; применять системный подход для решения поставленных задач профессиональной деятельности, выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения практических задач профессиональной деятельности, выбирать методы, соответствующие целям и задачам исследования, использовать современные информационные технологии и технические средства</p> <p>Имеет практический опыт: поиска, обработки, анализа, синтеза информации при решении задач профессиональной деятельности; применения системного подхода для решения поставленных задач, работы с компьютером как средством получения и обработки информации, использования современных информационно-коммуникационных технологий, работы с современными техническими средствами</p> |
| ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта | <p>Знает: особенности функционирования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Умеет: создавать рекламные и коммуникационные материалы с применением современных информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Имеет практический опыт: использования современных цифровых устройств на всех этапах создания рекламного и коммуникационного материала и (или) продукта</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 12,25 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

| Вид учебной работы                                            | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|---------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                                               |             | Номер семестра                     |
|                                                               |             | 4                                  |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                 | 72          | 72                                 |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                    | 8           | 8                                  |
| Лекции (Л)                                                    | 0           | 0                                  |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных | 8           | 8                                  |

|                                                                                                                                                                                               |       |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|
| занятий (ПЗ)                                                                                                                                                                                  |       |       |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                                                                                                                                      | 0     | 0     |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                                                                                                                                           | 59,75 | 59,75 |
| Практическая работа 3. Подготовка матрицы контента для объекта продвижения                                                                                                                    | 10    | 10    |
| Практическая работа 5. Практическое задание. Подготовка концепции контент-плана на 2 недели или на 1 месяц с учетом востребованных видов контента и возможностей площадки, Заполнение таблицы | 10    | 10    |
| Практическая работа 4. Практическая работа. Чек-лист существующего профиля. Создание и оформление профиля объекта продвижения в ВК                                                            | 10    | 10    |
| Практическая работа. 1 задание. Практическое задание. Проведение конкурентного анализа объекта продвижения. Заполнение таблицы                                                                | 10    | 10    |
| Практическая работа 2. Анализ аудитории объекта продвижения                                                                                                                                   | 10    | 10    |
| Практическая работа 6. Подготовка серии постов для наполнения профиля или серии текстов таргетированной рекламы (на выбор студента).                                                          | 9,75  | 9.75  |
| Консультации и промежуточная аттестация                                                                                                                                                       | 4,25  | 4,25  |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                                                                                                                                      | -     | зачет |

## 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                      | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---|----|----|
|           |                                                       | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | Социальные медиа. История, понятие, классификация     | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 2         | Реклама и социальные медиа в сети Интернет            | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 3         | Связи с общественностью на площадках социальных медиа | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 4         | Интегрированные коммуникации в социальных медиа       | 2                                         | 0 | 2  | 0  |

### 5.1. Лекции

Не предусмотрены

### 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                                                      | Кол-во часов |
|-----------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 1         | Социальные медиа. Трансформация традиционных медиаформатов под действием цифровых технологий                                             | 1            |
| 2         | 1         | Социальные медиа. Типология социально-сетевых и онлайн платформ и онлайн-сообществ. Сервисы социальных медиа. Социальные сети (медиа)    | 1            |
| 3         | 2         | Особенности создания рекламного текста для размещения в социальных медиа. Особенности дизайна визуальных коммуникаций в интернет-рекламе | 1            |
| 4         | 2         | Реклама в социальных медиа. Особенности настройки таргетированной рекламы. Работа с рекламным кабинетом в различных социальных медиа     | 1            |

|   |   |                                                                                                                            |   |
|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 5 | 3 | Связи с общественностью в социальных медиа. Взаимодействие с лидерами мнений, блогерами, инфлюенсерами                     | 1 |
| 6 | 3 | Проведение специальных PR-мероприятий в социальных. Подготовка PR-текстов для социальных медиа. Организация событийного PR | 1 |
| 7 | 4 | Продвижение аккаунта бренда: бесплатные и платные формы. Построение взаимоотношений с клиентами                            | 1 |
| 8 | 4 | Принципы оформления профиля бренда в социальных медиа. Подготовка контент-плана. Работа с контентом                        | 1 |

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС                                                                                                                                                                                          | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Семестр | Кол-во часов |
| Практическая работа 3.<br>Подготовка матрицы контента для объекта продвижения                                                                                                                       | Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с.                                                                    | 4       | 10           |
| Практическая работа 5.<br>Практическое задание.<br>Подготовка концепции контент-плана на 2 недели или на 1 месяц с учетом востребованных видов контента и возможностей площадки, Заполнение таблицы | Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с.                                                                    | 4       | 10           |
| Практическая работа 4.<br>Практическая работа. Чек-лист существующего профиля.<br>Создание и оформление профиля объекта продвижения в ВК                                                            | Шестеркина Л. П. Фактчекинг и верификация : учеб. пособие по направлению 42.03.02 и 42.04.02 "журналистика" / Л. П. Шестеркина, А. В. Красавина, Е. М. Хакимова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Ин-т медиа и социал. -гуманитар. наук ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2021. - 63, [1] с. : ил.. URL: <a href="http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000571196">http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000571196</a> | 4       | 10           |
| Практическая работа. 1                                                                                                                                                                              | Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 4       | 10           |

|                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
| задание.<br>Практическое задание.<br>Проведение конкурентного анализа объекта продвижения.<br>Заполнение таблицы                     | общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с.                                                                                                                          |   |      |
| Практическая работа 2. Анализ аудитории объекта продвижения                                                                          | Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с. | 4 | 10   |
| Практическая работа 6. Подготовка серии постов для наполнения профиля или серии текстов таргетированной рекламы (на выбор студента). | Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с. | 4 | 9,75 |

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия                                                                               | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Учитывается в ПА |
|------|----------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1    | 4        | Текущий контроль | 1 задание.<br>Практическое задание. Проведение конкурентного анализа объекта продвижения.<br>Заполнение таблицы | 1   | 10         | Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Студенты изучают материалы лекции, изучают объект продвижения, с помощью сервисов Perper Ninja и Live Dune определяют список конкурентов (не менее десяти) и заполняются таблицу<br>Максимальный балл составляет 10.<br>Критерии оценивания:<br>"отлично" - 8-10 баллов<br>"хорошо" - 5-7 баллов<br>"удовлетворительно" - 3-4 балла | зачет            |

|   |   |                  |                                                                                                    |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |       |
|---|---|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|   |   |                  |                                                                                                    |   |    | <p>"неудовлетворительно" - 1-2 балла</p> <p>При оценивании работы учитываются следующие факторы:</p> <p>1) своевременность представления работы;</p> <p>2) полнота данных;</p> <p>3) соответствие конкурентов объекту продвижения;</p> <p>4) эффективная работа с сервисами;</p> <p>5) полнота представленных данных</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |       |
| 2 | 4 | Текущий контроль | <p>2 задание.</p> <p>Практическое задание. Анализ аудитории объекта продвижения</p>                | 1 | 10 | <p>Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов. Студенты изучают материалы лекций, схему анализа аудитории, выявляют несколько сегментов для объекта продвижения и заполняют таблицу.</p> <p>Максимальный балл составляет 10.</p> <p>Критерии оценивания:</p> <p>"отлично" - 8-10 баллов</p> <p>"хорошо" - 5-7 баллов</p> <p>"удовлетворительно" - 3-4 балла</p> <p>"неудовлетворительно" - 1-2 балла</p> <p>При оценивании работы учитываются следующие факторы:</p> <p>1) своевременность представления работы;</p> <p>2) полнота представленных текстов данных;</p> <p>3) максимальное число целевых сегментов;</p> <p>4) понимание потребностей, проблем и более целевых аудиторий</p>                                          | зачет |
| 3 | 4 | Текущий контроль | <p>3 задание.</p> <p>Практическое занятие. Подготовка матрицы контента для объекта продвижения</p> | 1 | 10 | <p>Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. Студенты знакомятся с материалами лекций, изучают объект продвижения, его продукты (выявляют их достоинства, уникальные свойства и характеристики, помогающие "закрывать" боли клиентов).</p> <p>Заполняют таблицу "Матрица контента", в которой описывают боли аудитории, ее интересы, особенности предлагаемого объектом продвижения продукта, его преимущества перед конкурентами, формулируют возражения клиента против приобретения предлагаемого продукта.</p> <p>Максимальный вес задания составляет 10 баллов.</p> <p>Критерии оценивания:</p> <p>"отлично" - 8-10 баллов</p> <p>"хорошо" - 5-7 баллов</p> <p>"удовлетворительно" - 3-4 балла</p> | зачет |

|   |   |                  |                                                                                                                                                                                                        |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |       |
|---|---|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|   |   |                  |                                                                                                                                                                                                        |   |    | <p>"неудовлетворительно" - 1-2 балла</p> <p>При оценивании работы учитываются следующие факторы:</p> <p>1) своевременность представления работы;</p> <p>2) количество предлагаемых позиций в таблице;</p> <p>3) соответствие позиций предлагаемому продукту и целевой аудитории;</p> <p>4) эффективность работы с аудиторией, отзывами;</p> <p>5) эффективность в выявлении особых характеристик и уникальности продвигаемого продукта.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |       |
| 4 | 4 | Текущий контроль | <p>4 задание.</p> <p>Практическая работа. Чек-лист существующего профиля. Создание и оформление профиля объекта продвижения в VK</p>                                                                   | 1 | 10 | <p>Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. Студенты знакомятся с материалами лекций, и проводят аудит существующего бизнес-профиля в социальной сети "ВКонтакте", после чего прописывают его достоинства и недостатки. Если профиля бизнеса нет в социальной сети - самостоятельно создают его с использованием возможностей сервиса "Canva"</p> <p>Максимальный балл составляет 10.</p> <p>"Отлично" - 8-10 баллов</p> <p>"Хорошо" - 5-7 баллов</p> <p>"Удовлетворительно" - 3-4 баллов</p> <p>"Неудовлетворительно" - 0-2 баллов</p> <p>Критерии оценивания выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сроки выполнения работы</li> <li>- качество проведенного аудита: определение достоинств и недостатков;</li> <li>- качество созданного бизнес-профиля, соответствие его визуальным константам и задачам присутствия бренда в социальной сети;</li> <li>- наличие навыков работы с сервисом Canva.</li> </ul> | зачет |
| 5 | 4 | Текущий контроль | <p>5 задание.</p> <p>Практическое задание. Подготовка концепции контент-плана на 2 недели или на 1 месяц с учетом востребованных видов контента и возможностей площадки,</p> <p>Заполнение таблицы</p> | 1 | 10 | <p>Работа выполняется в рамках самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по заранее выбранной теме. Студенты знакомятся с материалами лекций, изучают контент конкурентов, выявляют ключевые тренды в подготовке контента, востребованные сервисы и инструменты (характерные для социальной платформы), формируют контент-план на 2 недели или 1 месяц для объекта продвижения (для произвольно выбранной социальной</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | зачет |

|   |   |                          |                                                                                                                                        |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |       |
|---|---|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|   |   |                          |                                                                                                                                        |   |    | <p>платформы для представительства бренда).</p> <p>Максимальный балл составляет 10.</p> <p>"Отлично" - 8-10 баллов</p> <p>"Хорошо" - 5-7 баллов</p> <p>"Удовлетворительно" - 3-4 баллов</p> <p>"Неудовлетворительно" - 0-2 баллов</p> <p>Критерии оценивания выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сроки выполнения работы</li> <li>- количество постов должно соответствовать позиционированию, тематике сообщества, трендам конкурентов;</li> <li>- полнота востребованных у аудитории сервисов и инструментов социальной платформы;</li> <li>- креативность в подготовке контент-плана;</li> <li>- решение главных задач бизнеса.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                     |       |
| 6 | 4 | Текущий контроль         | <p>6 задание.</p> <p>Подготовка серии постов для наполнения профиля или серии текстов таргетированной рекламы (на выбор студента).</p> | 1 | 10 | <p>Студенты изучают материалы лекции, простую и расширенную формулу продающего текста. Готовят либо серию постов (обращая внимание на визуальную и вербальную часть текста), либо подборку текстов таргетированной рекламы одного продукта (услуги) по простой и расширенной формуле для разных целевых групп.</p> <p>Максимальный балл составляет 10.</p> <p>Критерии оценивания:</p> <p>"отлично" - 8-10 баллов</p> <p>"хорошо" - 5-7 баллов</p> <p>"удовлетворительно" - 3-4 балла</p> <p>"неудовлетворительно" - 1-2 балла</p> <p>При оценивании работы учитываются следующие факторы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) своевременность представления работы;</li> <li>2) полнота представленных текстов;</li> <li>3) соответствие текстов запросам целевой аудитории и ToV бренда;</li> <li>4) креативность в подготовке текстов;</li> <li>5) эффективность в достижении поставленной в рекламной кампании цели.</li> </ol> | зачет |
| 7 | 4 | Промежуточная аттестация | Зачет                                                                                                                                  | - | 40 | <p>На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |
|--|--|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | <p>учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг.</p> <p>Студент берет билет, содержащий 2 вопроса из списка вопросов к экзамену. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций.</p> <p>На подготовку к ответу отводится 30 мин. Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета оценивается на "зачтено" - от 24 до 40 баллов, оценка "не зачтено" - неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки – 0-23 балла. Максимальный балл: 40</p> <p>Итоговая оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%.</p> |  |
|--|--|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| зачет                        | <p>На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг. Студент берет билет, содержащий 2 вопроса из списка вопросов к экзамену. Список содержит перечень вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На подготовку к ответу отводится 30 мин. Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета оценивается на "зачтено" - от 24 до 40 баллов, оценка "не зачтено" - неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки – 0-23 балла. Максимальный балл: 40 Итоговая</p> | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

|  |                                                                                                                                                                 |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%. |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

### 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                                          | № КМ |   |   |   |   |   |   |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|---|---|---|---|
|             |                                                                                                                                                                                              | 1    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ОПК-6       | Знает: основные приемы работы с социальными сетями, технологии продвижения медиапродукта в социальных сетях                                                                                  | +    | + | + | + | + | + | + |
| ОПК-6       | Умеет: разрабатывать стратегию продвижения медиапродукта в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания | +    | + | + | + | + | + | + |
| ОПК-6       | Имеет практический опыт: проектирования и создания медиапродукта, анализа и мониторинга социальных сетей, использования информационно-коммуникационных технологий продвижения медиапродукта  | +    | + | + | + | + | + | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

### 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### Печатная учебно-методическая документация

##### а) основная литература:

1. Универсальная журналистика [Текст] учебник для вузов по направлениям 42.03.02 и 42.04.02 "Журналистика" Л. И. Белова и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 478, [1] с. ил.
2. Медиатекст как целевой элемент журналистского образования в условиях конвергенции СМИ [Текст] монография М. П. Двойнишниковой и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики ; ЮУрГУ. - Челябинск: Рекпол, 2013. - 198 с. ил.
3. Основы радиожурналистики Программа курса, планы, практ. занятия, задания для самостоят. работы студентов и метод. рек. для подгот. студентов Сост. Н.А. Шабалина; Под ред. Л. П. Шестеркиной; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Телевиз. и Радиожурналистика; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Телевиз. и Радиожурналистика; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2003. - 16, [2] с. электрон. версия
4. Шестеркина Л. П. Фактчекинг и верификация : учеб. пособие по направлению 42.03.02 и 42.04.02 "журналистика" / Л. П. Шестеркина, А. В. Красавина, Е. М. Хакимова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Ин-т медиа и социал. - гуманитар. наук ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2021. - 63, [1] с. : ил.. URL: [http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU\\_METHOD&key=000571196](http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000571196)
5. Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с.

*б) дополнительная литература:*

1. Универсальная журналистика [Текст] учебник для вузов по направлениям 42.03.02 и 42.04.02 "Журналистика" Л. И. Белова и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 478, [1] с. ил.
2. Шестеркина, Л. П. Методика подготовки телевизионных передач Учеб. пособие Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Телевиз. и радиожурналистика; ЮУрГУ. - Челябинск: ГУП типография УВД, 2006. - 92 с.
3. Шестеркина, Л. П. Университетская модель конвергенции СМИ [Текст] метод. указания для преподавателей и студентов фак. журналистики Л. П. Шестеркина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Средства массовой информации ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2010. - 34 с.
4. Шестеркина, Л. П. ЮУрГУ Методика телевизионной журналистики [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" специальности 030601 "Журналистика" Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 223, [1] с.

*в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

1. Реклама. Теория и практика ежекв. журн.: 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал
2. PR в России междунар. проф. журн. Изд. дом "Соврем. экономика" журнал
3. Маркетинг в России и за рубежом 16+ ЗАО "Финпресс" журнал. - М., 1997-

*г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Выпускная квалификационная работа магистра и подготовка к итоговой государственной аттестации [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / Е. В. Пономарева и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика и массовые коммуникации ; ЮУрГУ

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Выпускная квалификационная работа магистра и подготовка к итоговой государственной аттестации [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / Е. В. Пономарева и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика и массовые коммуникации ; ЮУрГУ

**Электронная учебно-методическая документация**

| № | Вид литературы                                           | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---|----------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Электронный каталог ЮУрГУ                | Шестеркина, Л. П. Методические разработки по теории и практике телерадиожурналистики [Текст] сб. метод. рек. и указаний Л. П. Шестеркина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. журналистики ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 192, [1] с. электрон. версия <a href="http://virtua.lib.susu.ru/cgi-bin/gw_2011_1_4/chameleon">http://virtua.lib.susu.ru/cgi-bin/gw_2011_1_4/chameleon</a> |

## Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)
2. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(31.12.2022)
3. -Консультант Плюс(31.07.2017)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.     | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Практические занятия и семинары | 454<br>(1) | 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. |
| Самостоятельная работа студента | 454<br>(1) | 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. |