

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна
наименование кафедры, отвечающей за реализацию дисциплины



Тулупов В.В.

20.05.2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.09 Тексты в связях с общественностью
Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом

1. Шифр и наименование направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации

3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью, рекламы и дизайна

6. Составители программы: Курганова Е.Б., кандидат филологических наук, доцент

7. Рекомендована: протоколом НМС факультета журналистики №8 от 19.05.2022

8. Учебный год: 2023/2024

Семестр: 3

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели: знакомство с основными понятиями курса, формирование целостного представления у студентов об основных жанровых разновидностях PR-текстов (письменных и устных).

Задачи:

- а) ознакомить студентов с основами жанровой типологии PR-текстов (терминологией, важнейшими теоретическими положениями, методологией и методиками исследования);
- б) ориентировать студентов в следующих вопросах:
Основной понятийно-категориальный аппарат жанровой типологии PR-текстов.
История возникновения и развития PR-текстов.
PR и коммуникативная среда.
- в) ознакомить студентов с основными понятиями жанровой типологии PR-текстов;
- г) дать представление о многообразии PR-текстов, правилах их оформления и способах рассылки.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: Дисциплина Б1.В.09 «Тексты в связях с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации».

вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат).

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК -2	способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1	создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта Владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
		ПК-2.4	Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами	Знать принципы создания и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами Уметь создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми

				нормами, стандартами и форматами Владеть навыками создания и редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами
--	--	--	--	---

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час (в соответствии с учебным планом) — 72 часа/ 2 ЗЕТ. Форма промежуточной аттестации – зачет.

13. Трудоемкость по видам учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)			
	Всего	По семестрам		
		3 сем.		
Аудиторные занятия	32	32		
лекции				
практические	32	32		
Самостоятельная работа	40	40		
Итого:	72	72		

13.1. Содержание дисциплины:

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
1	PR-текст: основные характеристики	PR-информация в публичных коммуникациях. PR-текст как объект научного изучения. PR-текст: история становления и развития. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский).	ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340
2	Проблемы типологии и жанрообразования PR-текста	Проблемы классификации и принципы типологии PR-текстов. Специфика жанрообразования в PR коммуникациях. Жанровая типология простых первичных PR-текстов.	ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340
3	Характеристика жанров первичных PR-текстов	Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры. Фактологические жанры. Исследовательские жанры. Образно-новостные жанры. Текст устного публичного выступления.	ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340

4	Жанровое своеобразие комбинированных PR-текстов	Комбинированные тексты (пресс-кит, буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер, листовка).	ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340
5	Жанровое своеобразие медиатекстов	Медиатексты: имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори.	ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	PR-текст: основные характеристики		4		4	8
2	Проблемы типологии и жанрообразования PR-текста		4		4	8
3	Характеристика жанров первичных PR-текстов		10		18	28
4	Жанровое своеобразие комбинированных PR-текстов		8		8	16
5	Жанровое своеобразие медиатекстов		6		6	12
	Итого		32		40	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего бакалавра рекламы и связей с общественностью. Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе занятия они внимательно следят за ходом изложения материала, аккуратно ведут конспект. Конспектирование – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по узловым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуется в кратчайшие сроки после объяснения преподавателя проработать материал, а конспект дополнить и откорректировать. Последующая работа над конспектом воспроизводит в памяти содержание теоретического материала, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить изученное в памяти.

Помимо конспектов при подготовке к практическим занятиям студенты должны обращаться к учебникам, учебным и методическим пособиям, указанным в пунктах 15 и 16. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов преподавателями кафедры были разработаны следующие учебные пособия «Связи с общественностью: теория и практика», «Реклама и связи с общественностью: Теория и практика», «Задачник по PR».

На практических занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу. Основное внимание следует уделять выработке у студентов навыков при выполнении практических заданий 1) в рамках внеаудиторной дидактической формы организации самостоятельной работы (поиск СО-текстов в сети Интернет и редакциях СМИ для проведения анализа соблюдения правил оформления и редактирования); 2) внеаудиторной творческой формы организации самостоятельной работы (посещение мероприятий, обладающих потенциалом новостного повода (фестивалей, выставок), для сбора информации и создания на ее основе СО-текста (пресс-релиза, бэкграундера, приглашения для СМИ и др.).

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / под ред. В. В. Тулупова ; Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2022. – 364 с.
2.	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – 372 с.
3.	Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: учебное пособие.- 2-е изд., доп. и перераб. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 319 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=104323 >

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Гнетнев А. И. Современная пресс-служба: учебник/ А.И. Гнетнев, М.С.Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. - 413 с.
5.	Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие / под ред. В.В. Тулупова и Е.Е. Топильской. – Воронеж : Кварта, 2010. - 327 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурсы Интернет
6.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
7.	ЭБС Лань. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/
8.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
9.	ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340
10.	Независимый журнал о PR– Режим доступа: http:// www. mediabitch.ru
11.	Сайт о творчестве – Режим доступа: http:// www. adme.ru

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

1	Задачник по PR: практикум / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др./ под ред. Щекиной
---	---

	И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 146 с.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.
3	Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 с.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя (лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. Данный подход реализуется с помощью ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340>. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии, игровые технологии (внедрение игрофицированных элементов в процесс обучения), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. *Программное обеспечение:* WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Раздел 1. PR-текст: основные характеристики Раздел 2. Проблемы типологии и жанрообразования PR-текста Раздел 3. Характеристика жанров первичных PR-текстов. Раздел 4. Жанровое своеобразие комбинированных PR-текстов. Раздел 5. Жанровое своеобразие медиатекстов	ПК-2 способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1 создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Тест/ Контрольная работа
2.	Раздел 3. Характеристика жанров первичных PR-текстов. Раздел 4. Жанровое своеобразие комбинированных PR-текстов. Раздел 5. Жанровое своеобразие медиатекстов		ПК-2.4 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами и форматами	Тест/Контрольная работа
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет				Перечень вопросов Практическое задание

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

20.1.1 Тестовые задания

Примерные вопросы для тестирования по дисциплине

по дисциплине Б1.В.09 ТЕКСТЫ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(наименование дисциплины)

1	Пресс-релиз – это: а) жанр PR-текста, несущий предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию; б) текст о новостном событии, в котором адресату предлагается принять участие; в) текст, представляющий расширенную информацию текущего характера; г) краткий документ, отражающий профиль организации.
2	Бэкграундер как СО-текст относится к: а) оперативно-новостной жанровой группе; б) исследовательской жанровой группе; в) фактологической группе; г) исследовательско-новостной жанровой группе.
3	Какой вид биографии встречается ТОЛЬКО в политической коммуникации? а) биография-конспект;

	<p>б) биография-повествование; в) биография-рассказ; г) биография-легенда.</p>
4	<p>Авторская статья, посвященная новостному событию, создающая или поддерживающая через авторитетный текст от имени первого (должностного) лица позитивный имидж организации – это...</p> <p>а) байлайнер; б) бэкграундер; в) заявление для СМИ; г) факт-лист.</p>
5	<p>Какой СО-текст часто обозначают как «Справка»?</p> <p>а) бэкграундер; б) лист вопросов-ответов; в) факт-лист; г) пресс-релиз.</p>
6	<p>Выберите верные варианты для продолжения следующих фраз:</p> <p>1. информация в рекламе А. селективна и оптимизирована 2. информация в паблик рилейшнз Б. способствует формированию спроса на товары и услуги 3. информация в журналистике В. нацелена на объективное отражение действительности и формирование общественного мнения</p> <p>Ответ: 1б, 2а, 3в</p>
7	<p>Как называется рекламный элемент в СО-тексте?</p> <p>а) справка; б) advertorials; в) success-story; г) Q&A form.</p>
8	<p>Отличительной чертой какого СО-текста является наличие ссылок на юридические, этические, профессиональные нормы и ценности?</p> <p>а) бэкграундер; б) заявление для СМИ; в) факт-лист; г) байлайнер.</p>
9	<p>Как называется структурная часть поздравления, содержащая информацию о подробностях повода, значимости праздника?</p> <p>а) констатирующая часть; б) рамочный элемент; в) оптатив; г) промессив.</p>
10	<p>Какой научный термин используется для обозначения структурной части текста, содержащей пожелания адресату?</p> <p>а) промессив; б) конгратулятив; в) оптатив; г) рамочный элемент.</p>
11	<p>Какой из СО-текстов предоставляет возможность SEO-оптимизации за счет добавления ключевых слов, которые отвечают на запросы пользователей сети?</p> <p>а) пресс-релиз; б) факт-лист; в) бэкграундер; г) интернет-релиз.</p>
12	<p>Большое количество цифровой информации и статистики - неотъемлемый признак:</p> <p>а) пресс-релиза; б) факт-листа; в) приглашения; г) заявления для СМИ.</p>
13	<p>Какие из перечисленных материалов для СМИ считаются текстами с обязательным лидом (2 ответа)?</p> <p>а) пресс-релиз; б) биография; в) приглашение; г) факт-лист.</p>

14	<p>Чем поздравление отличается от байлайнера?</p> <p>а) наличием опатива; б) наличием конгратулятива; в) наличием приветствия; г) наличием промессива.</p>
15	<p>Для какой жанровой группы СО-текстов характерно наличие рамочных элементов (обращения и подписи)?</p> <p>а) оперативно-новостные жанры; б) исследовательско-новостные жанры; в) исследовательские жанры; г) образно-новостные жанры.</p>

Мини-кейс

1 Ознакомившись с отрывком из предложенного пресс-релиза, придумайте заголовок, не создающий незапланированной двусмысленности и соответствующий требованиям к заголовкам PR-текста.



Образец ответа: например, Патриотический форум «Земляки» состоялся в Каргатском районе. Заголовок должен отвечать следующим требованиям, предъявляемым к заголовкам PR-текста: 1) объем до 9 слов (вкл.); 2) упоминание события или субъекта PR; 3) желательно наличие закавыченной информации; 4) заголовок не должен начинаться с предлога и т.д.

Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции (компетенциям).

20.1.2 Перечень заданий для контрольной работы

Пример заданий для контрольной работы по дисциплине Б1.В.09 ТЕКСТЫ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (наименование дисциплины)

Тема Характеристика жанров первичных СО-текстов (письменных и устных)

Задание 1. В соответствии с предлагаемым новостным поводом разработать пресс-релиз и определить каналы его рассылки.

Задание 2. Реконструировать пресс-релиз из журналистского текста, написанного на его основе.

Задание 3. Отредактировать предложенный пресс-релиз / интернет-релиз. Привести его в соответствие с существующими нормами подготовки и оформления таких текстов.

Задание 4. Разработать креативное приглашение для СМИ на мероприятие субъекта PR.

Задание 5. Создать биографию первых или должностных лиц компании-заказчика для размещения в СМИ.

Задание 6. Разработать варианты заголовков для предложенного заявления для СМИ.

Задание 7. Подготовить байлайнер от имени первых лиц компании-заказчика для размещения на официальном веб-ресурсе.

Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при текущей аттестации

Для оценивания результатов обучения используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом дисциплины;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять теоретические знания на практике, решать практические задачи в области литературного редактирования, копирайтинга.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области литературного редактирования, копирайтинга.	Повышенный уровень	Отлично
Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области литературного редактирования, копирайтинга, но допускает при этом отдельные ошибки.	Базовый уровень	Хорошо
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области литературного редактирования, копирайтинга.	Пороговый уровень	Удовлетворительно/Зачтено

Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в области литературного редактирования, копирайтинга.	–	Неудовлетворительно/Незачтено
---	---	-------------------------------

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседования по вопросам к зачету

(наименование оценочного средства промежуточной аттестации)

20.2.1 Перечень вопросов к зачету

1. PR-текст и его основные признаки.
2. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский).
3. Классификация PR-текстов по признакам: адресат (группа общественности) и способ доставки текста.
4. Жанровая типология простых первичных PR-текстов.
5. Оперативно-новостные жанры (общая характеристика, основные тексты).
6. Пресс-релиз как основная жанровая разновидность PR-текста (виды пресс-релизов, правила составления и оформления, способы рассылки).
7. Интернет-релиз: особенности создания и распространения.
8. Приглашение для СМИ: креативный подход к разработке и рассылке.
9. Исследовательско-новостные жанры (общая характеристика, анализ основных текстов).
10. Фактологические жанры (общая характеристика, анализ основных текстов).
11. Исследовательские жанры (общая характеристика, анализ текста заявления для СМИ).
12. Образно-новостные жанры (общая характеристика, анализ основных текстов).
13. Комбинированные тексты: общая характеристика.
14. Медиатексты: общая характеристика.

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины, осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы); оценки результатов практической деятельности (курсовая работа). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.

При сдаче зачета:

«зачтено» – 3-5 баллов,

«не зачтено» – 2 балла.

Программа рекомендована протоколом НМС факультета журналистики №8 от 19.05.2022