

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:05:45
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт социальной инженерии
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Иновации в рекламе и PR

| | |
|---|--|
| Уровень образования | бакалавриат |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма(-ы) обучения | очная |

Рабочая программа учебной дисциплины «Иновации в рекламе и PR» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол №8 от 25.03.2024

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Доцент С.П. Баймешова
2. Доцент А.Г. Голова

Заведующий кафедрой: Е.В. Мореева

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Инновации в рекламе и PR» изучается в шестом семестре очной формы обучения и в шестом семестре заочной формы обучения.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к факультативным дисциплинам.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Основы рекламной деятельности и PR
- Компьютерная графика в рекламной деятельности
- Технологии самообразования и творческого саморазвития
- Теория и практика массовой информации
- Массовые коммуникации в информационной среде
- Профессионально-ознакомительная практика

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Креативные технологии в рекламе и PR
- Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
- Брендинг в коммерческой сфере
- Технология и практика PR в коммерческой сфере
- Производственная практика. Профессионально-творческая практика

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики, преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целью освоения дисциплины «Инновации в рекламе и PR» является изучение инновационных методов и технологий выстраивания коммерческих коммуникаций и формирование компетенций, необходимых для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические аспекты инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии;
- рассмотреть инновационные технологии в рекламной и PR -практиках.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|--|---|
| УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | ИД-УК-2.1 Анализ план-графика реализации проекта в целом и выбор оптимального способа решения поставленных задач, поиск альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов | Анализирует план-график реализации проекта в целом, Выбирает и оптимизирует способы решения поставленных задач, осуществляет поиск альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов |
| | ИД-УК-2.2 Оценка решения поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля | Оценивает выбор решения поставленных задач и его последствия в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля |
| ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ИД-ПК-2.2 Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | Применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

| | | | | |
|---------------------------|---|------|----|------|
| по очной форме обучения | 2 | з.е. | 64 | час. |
| по заочной форме обучения | 2 | з.е. | 64 | час. |

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий
(очная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|--|--|-------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час | | | | Самостоятельная работа обучающегося, час | | |
| | | | лекции, час | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 6 семестр | зачет | 64 | 24 | 24 | | | | 16 | |
| Всего: | | 64 | 24 | 24 | | | | 16 | |

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий
(заочная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|--|--|-------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час | | | | Самостоятельная работа обучающегося, час | | |
| | | | лекции, час | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | курсовая работа | самостоятельная работа обучающегося, час | промежуточная аттестация, час |
| 3 курс летняя сессия | зачет | 64 | 4 | 4 | | | | 52 | |
| Всего: | | 64 | 4 | 4 | | | | 52 | |

3.3. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|---|---------------------|---------------------------|------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные | Практическая подготовка, час | | |
| Шестой семестр | | | | | | | |
| УК-2 ИД-УК-2.1; ИД-УК-2.2; | Раздел I. Методологические основы инноваций в рекламе и связях с общественностью | | | | | | Формы текущего контроля по разделу I: Собеседование Самостоятельная работа Тестирование |
| | Тема 1. Определение и сущность инноваций и инновационных процессов | 3 | 3 | | | 2 | |
| | Тема 2 Факторы, влияющие на инновации в рекламе и связях с общественностью | 3 | 3 | | | 2 | |
| | Тема 3 Потребительские инновации и инновации в методах исследований в рекламе и связях с общественностью | 3 | 3 | | | 2 | |
| | Тема 4 Структурные инновации в рекламе и PR | 3 | 3 | | | 2 | |
| ПК-2: ИД-ПК-2.2 | Раздел II. Инновации в разработке и создании коммуникационного продукта | | | | | | Формы текущего контроля по разделу II: Реферат/доклад Дискуссия |
| | Тема 5 Инновации в коммуникациях и носителях информации | 3 | | | | 2 | |
| | Тема 6 Инновации в технологиях создания креативного продукта | 3 | 3 | | | 2 | |
| | Тема 7 Использование BigData в рекламе и связях с общественностью | 3 | 3 | | | 2 | |
| | Тема 8 Инновации в технологиях медиапланирования и размещении коммуникационных продуктов в рекламе и PR | 3 | 3 | | | 2 | |
| | Зачет | | | | | | устный опрос |
| | ИТОГО за шестой семестр | 24 | | | | 24 | |
| | ИТОГО за весь период | 24 | 24 | | | 24 | |

3.4. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения)

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы | | | | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|--|---------------------|---------------------------|------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|--|
| | | Контактная работа | | | | | |
| | | Лекции, час | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные | Практическая подготовка, час | | |
| Шестой семестр | | | | | | | |
| УК-2 ИД-УК-2.1; ИД-УК-2.2; | Раздел I. Методологические основы инноваций в рекламе и связях с общественностью | | | | | | Формы текущего контроля по разделу I: Собеседование Самостоятельная работа Тестирование |
| | Тема 1. Определение и сущность инноваций и инновационных процессов | 0,5 | 0,5 | | | 6 | |
| | Тема 2 Факторы, влияющие на инновации рекламе и связях с общественностью | 0,5 | 0,5 | | | 6 | |
| | Тема 3 Потребительские инновации и инновации в методах исследований в рекламе и связях с общественностью | 0,5 | 0,5 | | | 6 | |
| | Тема 4 Структурные инновации в рекламе и PR | 0,5 | 0,5 | | | 6 | |
| ПК-2: ИД-ПК-2.2 | Раздел II. Инновации в разработке и создании коммуникационного продукта | | | | | | Формы текущего контроля по разделу II: Реферат/доклад Дискуссия |
| | Тема 5 Инновации в коммуникациях и носителях информации | 0,5 | 0,5 | | | 8 | |
| | Тема 6 Инновации в технологиях создания креативного продукта | 0,5 | 0,5 | | | 8 | |
| | Тема 7 Использование BigData в рекламе и связях с общественностью | 0,5 | 0,5 | | | 8 | |
| | Тема 8 Инновации в технологиях медиапланирования и размещении коммуникационных продуктов в рекламе и PR | 0,5 | 0,5 | | | 6 | |
| | Зачет | | | | | | устный опрос |
| | ИТОГО за шестой семестр | 4 | | | | 54 | |
| | ИТОГО за весь период | 24 | 24 | | | 54 | |

3.5. Краткое содержание учебной дисциплины

| № пп | Наименование раздела и темы дисциплины | Содержание раздела (темы) |
|------------------|---|--|
| Раздел I | <i>Методологические основы инноваций в рекламе и связях с общественностью</i> | |
| Тема 1 | Определение и сущность инноваций и инновационных процессов | Инновации как процесс, инновации как результат. Междисциплинарность категории инновации. Виды и признаки инноваций. Подходы к классификации инноваций. Искусственный интеллект и машинное обучение как инструмент инноваций. Область инноваций в рекламе и связях с общественностью. |
| Тема 2 | Факторы, влияющие на инновации в рекламе и связях с общественностью | Социальные, экономические, технологические факторы, влияющие на инновации в инноваций в рекламе и связях с общественностью. Факторы, влияющие на внедрение инноваций. Диффузия инноваций, кривая инноваций. |
| Тема 3 | Потребительские инновации и инновации в методах исследований в рекламе и связях с общественностью | Сущность и характер потребительских инноваций. Значение потребительских инноваций в коммуникационной стратегии, таргетировании и медиапланировании. Инновации в подходах к изучению потребителя и его сегментации, инновации методов сбора информации. |
| Тема 4 | Структурные инновации в рекламе и PR | Инновации в структуре субъектов индустрии коммуникаций, рынка рекламы и связей с общественностью. Динамические карты рынка. Инновации в бизнес процессах субъектов, влияющие на структурные изменения и кадры. Альянсы и коллаборации. |
| Раздел II | <i>Инновации в разработке и создании коммуникационного продукта</i> | |
| Тема 5 | Инновации в коммуникациях и носителях информации | Экосистемы и «новые медиа» как инновационное коммуникационное пространство. Инновации в цифровых коммуникациях в оф-лайн и онлайн среде. Инновации в DOOH. Инновации методов контроля за медиасредой и социальными медиа. |
| Тема 6 | Инновации в технологиях создания креативного продукта | Инновации в технологиях генерации текста и визуальных решений (логотипа, дизайна), создании видеопродуктов и анимации, презентаций и дашбордов, в разработке интерактивных механик (игр, опросов, лотерей) |
| Тема 7 | Использование BigData в рекламе и связях с общественностью | Понятие BigData, методы сбора информации, кросс-платформенные базы данных, использования ресурсов для директа, таргетирования рекламы, в программах лояльностях. Платформы для работы с аудиторными и клиентскими данными и организации собственной CDP (Customer Data Platform) и DMP (Data Management Platform). |
| Тема 8 | Инновации в коммуникационных стратегиях, в медиапланировании и размещении коммуникационных продуктов в рекламе и PR | Понятия брендформанс (brandformance), как инновационной коммуникационной стратегии, показатели эффективности. Кроссплатформенные медиамиксы. Новые методы измерения KPI коммуникационных кампаний. Верификация рекламных размещений Эффективные решения анализа результатов кампаний на основе Semantic AI. |

3.6. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.7. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

| использование ЭО и ДОТ | использование ЭО и ДОТ | объем, час | включение в учебный процесс |
|------------------------|------------------------|------------|--|
| смешанное обучение | лекции | | в соответствии с расписанием учебных занятий |
| | практические занятия | | |

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

| Уровни сформированности компетенции(-й) | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Показатели уровня сформированности | |
|---|---|---|--|---|
| | | | универсальной(-ых) компетенции(-й) | профессиональной(-ых) компетенции(-й) |
| | | | УК-2 ИД-УК-2.1; ИД-УК-2.2; | ПК-2: ИД-ПК-2.2 |
| высокий | | отлично | Обучающийся: исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения; Самостоятельно анализирует план-график реализации проекта в целом, выбирает и оптимизирует способы решения поставленных задач, осуществляет поиск альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов Оценивает выбор решения поставленных задач и его последствия в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля | Обучающийся: Самостоятельно и корректно применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта |
| повышенный | | хорошо | Обучающийся: – достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия; – допускает незначительные ошибки при анализе план-графика реализации проекта в целом, -достаточно корректно выбирает и оптимизирует способы решения поставленных задач, осуществляет поиск | Обучающийся: достаточно корректно применяет основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта. Допускает незначительные неточности при выборе и обосновании технологий |

| | | | | |
|---------|--|---------------------|---|---|
| | | | альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов -с незначительными затруднениями оценивает выбор решения поставленных задач и его последствия в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля | |
| базовый | | удовлетворительно | Обучающийся: – демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП; - с затруднениями выбирает и оптимизирует способы решения поставленных задач, осуществляет поиск альтернативных вариантов для достижения намеченных результатов – с затруднениями оценивает выбор решения поставленных задач и его последствия в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля | Обучающийся: -демонтирует затруднения при применении основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта. -требуется помощь преподавателя для выбора и обоснования технологий маркетинговых коммуникаций. |
| низкий | | неудовлетворительно | Обучающийся: Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами Не владеет принципами планирования и организации рекламной и PR-деятельности, затрудняется назвать основные рекламные и PR-средства Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы | |

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Инновации в рекламе и PR» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|---|---|
| 1 | Коллоквиум «Методологические основы инноваций в рекламе и связях с общественностью» | <p>«Новшество VS инновация» Самостоятельная работа №1 Проведите контент-анализ отечественных и зарубежных источников по вопросам инновации, новшества и нововведения. Результаты представьте в форме выступления на 1-2 минуты.</p> <p>Самостоятельная работа №2 Из истории рекламы и PR выделите изобретения, и новшества разных периодов времени, которые когда-то можно было назвать «инновациями». Результаты самостоятельной работы представьте в виде обобщенного рассказа в форме выступления на 7-10 минут</p> |
| 2 | Тестирование по разделу/теме «Методологические основы инноваций в рекламе и связях с общественностью» | <p>1. Для научно-технического прогресса в настоящее время характерно: А) Отсутствие стратегии развития инновационного менеджмента. В) Увеличение численности молодых ученых. С) Внедрение новых технологий. D) Однотипность. E) Рост объема затрат на науку.</p> <p>2. К какой классификации относятся технопарки: А) Классификация, основанная на структуре управления. В) Классификация производственных площадей. С) Равномерная классификация. D) Типовая классификация. E) Технологическая классификация.</p> <p>3. Международными организациями, непосредственно занимающимися инновационным менеджментом, являются: А) Руководство Фраскати.</p> |

| № пп | Формы текущего контроля | Примеры типовых заданий |
|------|---|--|
| | | <p>В) Руководства Осло. С) Международная организация по стандартизации. Д) Киотская конференция. Е) Инновационный фонд.</p> <p>4. Международный документ, в котором содержатся основные понятия, относящиеся к научным исследованиям и разработкам, их состав и границы методика измерения численности персонала занятого исследованиями и разработками и др:</p> <p>А) Документы Международной патентной классификации (МПК). В) Документы Международной организации по стандартизации (ИСО). С) Руководство Фраскати. Д) Руководство Осло. Е) Документы ЮНЕСКО.</p> <p>5. Международный документ, в котором содержится методика сбора данных технологических инновациях:</p> <p>А) Руководство Фраскати. В) Руководство Осло. С) Документы ЮНЕСКО. Д) Патентные организации. Е) Киотская конференция.</p> |
| 3 | Реферат и доклад по разделу « <i>Инновации в разработке и создании коммуникационного продукта</i> » | <ol style="list-style-type: none"> 1. Инновации и тенденции в создании и редактировании изображений в рекламе 2. Инновации и тенденции в создании и редактировании видео в рекламе 3. Инновации и тенденции в создании уникального текста - копирайтинг в рекламе. <p>Сервисы, для рерайта и редактирования текста</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Инновации и тенденции в создании и редактирование аудио и подкастов. 5. Метавселенная, как инновационная технология, в рекламе |
| 3 | Круглый стол/Дискуссия по разделу « <i>Инновации в разработке и создании коммуникационного продукта</i> » | Использование deepfake и генерированных изображений: в рекламе, в СМИ, в социальных сетях. Проблемы доверия и авторских прав. |

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|--|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Колоквиум | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает | | 5 |
| | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. | | 4 |
| | Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений. | | 3 |
| | Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по вопросам контрольной работы, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает | | 3 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | | |
|--|---|----------------------|----------------------|-----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система | |
| | последовательность в изложении материала. | | | |
| | Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. | | 2 | |
| | Не получены ответы по базовым вопросам. | | 2 | |
| | Не принимал участия в собеседовании. | | 2 | |
| Тест | За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ. Правила оценки всего теста: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту. | | 5 | 85% - 100% |
| | | | 4 | 65% - 84% |
| | | | 3 | 41% - 64% |
| | | | 2 | 40% и менее 40% |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|---|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | <p>Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.</p> <p>Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.</p> <p>«2» - равно или менее 40%</p> <p>«3» - 41% - 64%</p> <p>«4» - 65% - 84%</p> <p>«5» - 85% - 100%</p> | | |
| Дискуссия | <p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает</p> | | 5 |
| | <p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.</p> | | 4 |
| | <p>Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.</p> | | 3 |
| | <p>Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса</p> | | 2 |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|--|---|----------------------|----------------------|
| | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| | с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. | | |
| Реферат/доклад | Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или опiski, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. | | 5 |
| | Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. | | 4 |
| | Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. | | 3 |
| | Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. | | 2 |
| | Доклад не подготовлен. | | |

5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной аттестации | Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации: |
|---|--|
| Зачет – в устной форме по списку вопросов | <ol style="list-style-type: none"> 1. Раскройте понятие инновации и инновационного процесса. Новшество и инновация – тождественность и различия. 2. Виды инноваций, их классификация. Область инноваций в рекламе и связях с общественностью. 3. Факторы, влияющие на инновации в рекламе и связях с общественностью 4. Потребительские инновации и потребительские тренды их влияние на рекламу и связи с общественностью 5. Инновации в методах исследований в рекламе и связях с общественностью |

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Шкалы оценивания | |
|----------------------------------|---|----------------------|----------------------|
| Наименование оценочного средства | | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Зачет: устный опрос | Обучающийся знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. | | зачтено |
| | Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. | | не зачтено |

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

| Форма контроля | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|--|----------------------|---|
| Текущий контроль: | | |
| - коллоквиум /самостоятельная работа | | 2 – 5 |
| - тестирование | | 2 – 5 |
| - реферат | | 2 – 5 |
| - круглый стол | | 2 – 5 |
| Промежуточная аттестация курсовая работа экзамен | | отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно |
| Итого за семестр экзамен | | отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно |

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

| 100-балльная система | пятибалльная система | |
|----------------------|--|------------|
| | зачет с оценкой/экзамен | зачет |
| 85 – 100 баллов | отлично зачтено (отлично) | зачтено |
| 65 – 84 баллов | хорошо зачтено (хорошо) | |
| 41 – 64 баллов | удовлетворительно зачтено (удовлетворительно) | |
| 0 – 40 баллов | неудовлетворительно | не зачтено |

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. | Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. |
|--|--|
| 115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпусб | |
| Аудитория № 6213 для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран |
| Аудитория № 6213 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран |
| Помещения для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся |
| читальный зал библиотеки: | – компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» |

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

| Необходимое оборудование | Параметры | Технические требования |
|--|---------------------------------|--|
| Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
| | Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| | Веб-камера | 640x480, 15 кадров/с |
| | Микрофон | любой |
| | Динамики (колонки или наушники) | любые |
| | Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| № п/п | Автор(ы) | Наименование издания | Вид издания (учебник, УП, МП и др.) | Издательство | Год издания | Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде) | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
|---|---|---|---|--------------------------|-------------|--|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9.1 Основная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Эйнштейн М. | Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете. | | М.: Альпина Паблишер | 2017 | | - |
| 2 | Баранчев, В. П. | Управление инновациями в 2 т | учебник для академического бакалавриата | М. : Издательство Юрайт | 2018 | www.biblio-online.ru/book/C2CCA91E-18BD-4B91-8159-9023C9531E7E . | - |
| 3 | Карпова С. В. | Инновационный маркетинг | учебник для бакалавриата и магистратуры | М.: Издательство Юрайт | 2018 | www.biblio-online.ru/book/B5398DC6-3EE7-4E4D-934A-7C4617A36D0A . | - |
| 4 | Перекалина Н.С., Казаков С.П., Рожков И.В. | Продуктовые и процессные инновации в маркетинге | Монография | М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М | 2013 | http://znanium.com/catalog/product/408880 | - |
| 9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания | | | | | | | |
| 1 | Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; Под ред. Дмитриева Л.М. | Основы информационных технологий в рекламе | Учебное пособие для студентов вузов | М.: ЮНИТИ-ДАНА | 2015 | http://znanium.com/catalog/product/881392 | - |

| | | | | | | | |
|--|--|--|-------------------------------------|-------------------------|------|---|----|
| 2 | Овчинникова Р.Ю.; Под ред. Дмитриева Л.М. | Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования | Учебное пособие для студентов вузов | М.:ЮНИТИ-ДАНА | 2015 | http://znanium.com/catalog/product/872607 | - |
| 4 | Литвина Т. В. | Дизайн новых медиа | Учебник | М. : Издательство Юрайт | 2018 | www.biblio-online.ru/book/2CA11E48-ABD3-48CD-8040-BF0142B1C76F | - |
| 5 | Мясникова М. А. | Практика профессионального медиаобразования | Учебное пособие | М. : Издательство Юрайт | 2018 | www.biblio-online.ru/book/DA614B86-FA8C-4A21-9924-6A5AA9D4E89F | - |
| 9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению практики авторов РГУ им. А. Н. Косыгина) | | | | | | | |
| 1 | Карпова Е.Г., Кашеев О.В., Усик С.П. | Реклама и связи с общественностью. Учебно-методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ | Учебно-методическое пособие | М.: МГУДТ, 2022 | 2022 | ИСИ | 10 |

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

| № пп | Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы |
|---|--|
| 1. | ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/ |
| 2. | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/ |
| 3. | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/ |
| 4. | ЭБС ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru |
| 5. | ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com/ . |
| Профессиональные базы данных, информационные справочные системы | |
| . | Web of Science http://webofknowledge.com/ |
| . | Scopus http://www.Scopus.com/ |
| . | Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/ |
| . | «SpringerNature» http://www.springernature.com/gp/librarians Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/ Платформа Nature: https://www.nature.com/ База данных Springer Materials: http://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols: http://www.springerprotocols.com/ База данных zbMath: https://zbmath.org/ База данных Nano: http://nano.nature.com/ |

11.2. Перечень программного обеспечения

| №п/п | Программное обеспечение | Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое |
|------|---|--|
| 1. | Windows 10 Pro, MS Office 2019 | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 2. | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
| 3. | V-Ray для 3Ds Max | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

| № пп | год обновления РПД | характер изменений/обновлений с указанием раздела | номер протокола и дата заседания кафедры |
|-------------|---------------------------|--|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |