

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 23:05:38
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 Экономики и менеджмента

Кафедра Сервисных технологий и бизнес-процессов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Когнитивные технологии генерации клиентских смыслов

Уровень образования	Бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Профиль	Управление поведением потребителей в сфере услуг
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Когнитивные технологии генерации клиентских смыслов» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 9 от 09.04.2025 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Заведующий кафедрой Б.А. Тхориков

Заведующий кафедрой: Б.А. Тхориков

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Когнитивные технологии генерации клиентских смыслов» изучается в восьмом семестре.

Курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам:

- Маркетинг.
- Маркетинговые исследования.
- Поведенческая экономика.
- Нейромаркетинг.
- Нейрофизиология.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении Производственной практики. Преддипломная практика и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Целями освоения дисциплины «Когнитивные технологии генерации клиентских смыслов» являются:

- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности.
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

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
ПК-3 Способен к развитию сервисной деятельности в соответствии с изменениями конъюнктуры рынка и спроса потребителей	ИД-ПК-3.1 Использование методов и приемов планирования и прогнозирования деятельности предприятий (подразделений)	- Умеет создавать, интерпретировать и трансформировать клиентские смыслы на основе когнитивных, нейро- и лингвистических подходов, чтобы запускать механизмы мотивации, доверия и желания у потребителя.
	ИД-ПК-3.2 Использование основных положений теорий развития бизнеса	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины/модуля по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	3	з.е.	96	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/курсовый проект	самостоятельная работа обучающегося, час
8 семестр	зачет	96	26	26				44
Всего:		96	26	26				44

3.2. 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/ индивидуальн	Практическая подготовка, час		
ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Раздел 1. Введение в когнитивные технологии смыслообразования						Опрос. Выполнение практического задания (сквозного)
	Тема 1.1. Что такое смысл с точки зрения когнитивной науки и маркетинга	2	2			4	
	Тема 1.2. Бренд как конструкт смыслов	2	2			4	
ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Раздел 2. Архитектура клиентского смысла						Опрос. Выполнение практического задания (сквозного)
	Тема 2.1. Типология смыслов и уровни восприятия	2	2			4	
	Тема 2.2. Инструменты анализа существующих смыслов	2	2			4	
ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Раздел 3. Когнитивные и эмоциональные техники генерации						Опрос. Выполнение практического задания (сквозного)
	Тема 3.1. Мозг и мотивация: почему одни смыслы заводят, а другие нет	2	2			4	
	Тема 3.2. Визуальные и языковые приёмы смысловой упаковки	2	2			4	
ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Раздел 4. Практика трансформации и создания смыслов						Опрос. Выполнение практического задания (сквозного)
	Тема 4.1. Кейс-анализ: как компании создавали смыслы с нуля	2	2			4	
	Тема 4.2. Аудит смыслового поля бренда	2	2			4	
ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2	Раздел 5. Разработка клиентских смыслов						Опрос. Выполнение практического задания (сквозного). Публикация научной статьи
	Тема 5.1. Методика смысловой реконструкции	2	2			4	
	Тема 5.2. Генерация смыслов под продукты	4	4			4	
	Тема 5.3. Разработка собственной смысловой кампании	4	4			4	
	Зачет	х	х	х	х	х	Выступление с презентацией по выполнению практического задания
	ИТОГО за весь период	26	26			44	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 1 Введение в когнитивные технологии смыслообразования		
Тема 1.1	Что такое смысл с точки зрения когнитивной науки и маркетинга	Определение понятия "смысл" в контексте когнитивной науки и маркетинга. Роль смыслов в восприятии информации и принятии решений. Основные теории смыслообразования и их применение в маркетинге. Практические примеры использования смыслов для влияния на клиентское поведение.
Тема 1.2	Бренд как конструкт смыслов	Понятие бренда как носителя смыслов. Как бренды создают и управляют смыслами для формирования лояльности. Примеры успешных брендов, которые эффективно используют смысловые конструкции.
Раздел 2 Архитектура клиентского смысла		
Тема 2.1	Типология смыслов и уровни восприятия	Классификация смыслов: рациональные, эмоциональные, культурные. Уровни восприятия смыслов: сознательный и подсознательный. Как разные типы смыслов влияют на поведение потребителей.
Тема 2.2	Инструменты анализа существующих смыслов	Методы анализа смыслового поля бренда: контент-анализ, семиотический анализ, нейромаркетинговые исследования. Практические инструменты для выявления доминирующих смыслов в коммуникации.
Раздел 3 Когнитивные и эмоциональные техники генерации		
Тема 3.1	Мозг и мотивация: почему одни смыслы заводят, а другие нет	Нейробиологические основы восприятия смыслов. Роль эмоций и когнитивных искажений в процессе смыслообразования. Примеры успешных и неудачных смысловых стратегий.
Тема 3.2	Визуальные и языковые приёмы смысловой упаковки	Использование визуальных образов, метафор, нарративов для усиления смыслов. Практические приёмы создания запоминающихся сообщений.
Раздел 4 Практика трансформации и создания смыслов		
Тема 4.1	Кейс-анализ: как компании создавали смыслы с нуля	Разбор реальных кейсов компаний, которые успешно создавали и трансформировали смыслы. Анализ стратегий и результатов.
Тема 4.2	Аудит смыслового поля бренда	Методика проведения аудита смыслового поля бренда. Выявление сильных и слабых сторон, рекомендации по оптимизации.
Раздел 5 Разработка клиентских смыслов		
Тема 5.1	Методика смысловой реконструкции	Пошаговая методика реконструкции смыслов для бренда или продукта. Инструменты и этапы работы.
Тема 5.2	Генерация смыслов под продукты	Практические техники создания смыслов для новых продуктов. Как связать продукт с ценностями и потребностями аудитории.
Тема 5.3	Разработка собственной смысловой кампании	Создание комплексной смысловой кампании: от идеи до реализации. Оценка эффективности и корректировка стратегии.

3.4. 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, практическим занятиям, экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуальных заданий,
- написание тематических выступлений на проблемные темы;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам и др.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя: круглый стол (дискуссия); проведение консультаций перед экзаменом; консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН.

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Тема 5.3	Разработка собственной смысловой кампании	Создание комплексной смысловой кампании: от идеи до реализации. Оценка эффективности и корректировка стратегии.	презентация	4

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

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

Применяется следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции	22	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	22	

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

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

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)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
					ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
высокий		отлично			Обучающийся: – Применяет когнитивные и маркетинговые подходы к анализу и генерации смыслов. Проявляет способность использовать теории когнитивной науки, семиотики и нейромаркетинга для интерпретации и создания клиентских смыслов. Демонстрирует умение выявлять глубинные ассоциации, эмоциональные триггеры и культурные коды, влияющие на восприятие бренда и продукта. – Эффективно анализирует и структурирует смысловое поле бренда. Владеет методами аудита и деконструкции смыслов (контент-анализ, семиотический разбор, карты восприятия). Способен выявлять ключевые смысловые паттерны, противоречия и лакуны в коммуникации бренда, формулируя рекомендации по их оптимизации. – Создает убедительные смысловые конструкции для продуктов и кампаний. Умеет разрабатывать нарративы, визуальные и языковые приемы, усиливающие эмоциональное и когнитивное воздействие на целевую аудиторию. Демонстрирует способность адаптировать смыслы под разные каналы коммуникации и сегменты потребителей. – Принимает обоснованные решения при выборе смысловых стратегий. Анализирует эффективность различных подходов к генерации смыслов (рациональных, эмоциональных, культурных) и выбирает оптимальные решения с учетом бизнес-целей, аудиторных предпочтений и рыночного контекста. Аргументирует выбор методов и прогнозирует их влияние на клиентское поведение. – Реализует комплексные смысловые кампании с оценкой их результативности. Способен разрабатывать и внедрять многоэтапные проекты по трансформации

					или созданию смыслов — от исследования до креатива и измерения эффективности. Использует метрики (узнаваемость, вовлеченность, конверсия) для оценки успешности кампании и ее корректировки.
повышенный		хорошо	–		Обучающийся: – Применяет основные когнитивные и маркетинговые подходы к анализу смыслов. Использует базовые теории когнитивной науки и маркетинга для интерпретации клиентских смыслов, но может допускать незначительные ошибки в их применении. В целом корректно выявляет ассоциации и эмоциональные триггеры, но иногда упускает менее очевидные культурные коды. – Проводит анализ смыслового поля бренда с небольшими недочетами. Владеет основными методами аудита смыслов (контент-анализ, семиотический разбор), но может испытывать трудности при работе с комплексными или противоречивыми смысловыми структурами. Способен выявлять ключевые смысловые паттерны, но рекомендации по их оптимизации могут быть недостаточно детализированными. – Создает смысловые конструкции, но с ограниченной глубиной проработки. Разрабатывает нарративы и визуальные/языковые приемы, которые в целом соответствуют целям коммуникации, но могут недостаточно учитывать специфику отдельных аудиторных сегментов. Креативные решения иногда требуют доработки для усиления воздействия. – Принимает решения о выборе смысловых стратегий, но с неполной аргументацией. Анализирует эффективность разных подходов к генерации смыслов, но не всегда может четко обосновать выбор конкретной стратегии. Прогнозы влияния на клиентское поведение в целом логичны, но могут содержать незначительные неточности. Реализует смысловые кампании, но с ограниченной оценкой результативности. Способен разрабатывать и внедрять смысловые проекты, но испытывает сложности с комплексным измерением их эффективности. Использует базовые метрики (узнаваемость, вовлеченность), но может упускать из виду более тонкие показатели, такие как эмоциональная связь с брендом.
базовый		удовлетворительно	–		Обучающийся: – Демонстрирует поверхностное понимание когнитивных и маркетинговых подходов к анализу смыслов. Знаком с основными теориями, но испытывает значительные трудности в их практическом применении. Способен выявлять лишь наиболее очевидные

					ассоциации и триггеры, часто упуская важные аспекты смыслового восприятия. – Проводит анализ смыслового поля бренда на базовом уровне с существенными упрощениями. Владеет лишь простейшими методами анализа (например, поверхностный контент-анализ), но не может системно интерпретировать полученные данные. Выявляет только явные смысловые паттерны, рекомендации носят общий характер без конкретики. – Создает шаблонные смысловые конструкции с низкой степенью воздействия. Разрабатывает нарративы и коммуникационные приемы, которые формально соответствуют задаче, но не учитывают специфику аудитории. Креативные решения часто являются клише или заимствованиями без адаптации. – Испытывает серьезные трудности при выборе смысловых стратегий. Не может аргументированно обосновать выбор тех или иных подходов. Прогнозы влияния на потребительское поведение либо отсутствуют, либо носят крайне упрощенный характер. Реализует смысловые кампании с существенными недочетами. Способен выполнять только простейшие проекты под руководством. Не проводит системной оценки эффективности или ограничивается самыми примитивными метриками. Не видит связи между смысловыми решениями и бизнес-результатами.
низкий		неудовлетворительно	Обучающийся: – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; – испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами; – 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 «Основы научных исследований» 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:

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
Раздел 1. Введение в когнитивные технологии смыслообразования			
1	Опрос по теме 1.1	1. Как когнитивная наука и маркетинг определяют понятие "смысл"? 2. Какие когнитивные механизмы лежат в основе восприятия смыслов? 3. Как смыслы влияют на принятие решений потребителями? 4. Приведите примеры успешного использования смыслов в маркетинговых коммуникациях.	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
2	Практическое задание 1.1	Анализ рекламного сообщения известного бренда: выявление ключевых смыслов и их влияния на целевую аудиторию.	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
3	Опрос по теме 1.2	1. Как бренды создают и управляют смыслами? 2. Какие элементы бренда (название, логотип, слоган) несут смысловую нагрузку? 3. Как смыслы формируют лояльность потребителей?	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
4	Практическое задание 1.2	Сравнение смысловых конструкций двух конкурирующих брендов в одной категории.	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
Раздел 2. Архитектура клиентского смысла			

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
5	Опрос по теме 2.1	1. Какие типы смыслов (рациональные, эмоциональные, культурные) существуют? 2. Как разные уровни восприятия (сознательный/подсознательный) влияют на обработку смыслов? 3. Приведите примеры смыслов, работающих на разных уровнях восприятия.	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
6	Практическое задание 2.1	Классификация смыслов в рекламной кампании по заданным критериям (рациональные/эмоциональные).	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
7	Опрос по теме 2.2	1. Какие инструменты используются для анализа смыслового поля бренда? 2. В чем преимущества семиотического анализа? 3. Как контент-анализ помогает выявлять смысловые паттерны?	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
8	Практическое задание 2.2	Проведение контент-анализа коммуникации бренда (соцсети, сайт) с выявлением доминирующих смыслов.	Умение применять инструменты анализа
Раздел 3. Когнитивные и эмоциональные техники генерации			
9	Опрос по теме 3.1	1. Как мозг обрабатывает и запоминает смыслы? 2. Почему одни смыслы вызывают сильную эмоциональную реакцию, а другие — нет? 3. Какие когнитивные искажения влияют на восприятие смыслов?	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
10	Практическое задание 3.1	Разбор кейса: почему определенная рекламная кампания вызвала сильный эмоциональный отклик.	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
11	Опрос по теме 3.2	1. Какие визуальные приемы усиливают смысловое воздействие? 2. Как метафоры и нарративы влияют на восприятие сообщения? 3. Приведите примеры удачной "упаковки" смыслов.	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
12	Практическое задание 3.2	Создание визуального и текстового контента для передачи заданного смысла (например, "безопасность" или "инновации").	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
Раздел 4. Практика трансформации и создания смыслов			
13	Опрос по теме 4.1	1. Какие этапы включает процесс создания смыслов с нуля? 2. Как компании определяют ключевые смыслы для своей аудитории? 3. Какие ошибки чаще всего допускают при создании смыслов?	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
14	Практическое задание 4.1	Анализ кейса компании, успешно трансформировавшей свои смыслы (например, rebranding).	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
15	Опрос по теме 4.2	1. Что включает аудит смыслового поля бренда? 2. Как выявить противоречия в смысловой коммуникации? 3. Какие метрики используют для оценки смыслового поля?	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
16	Практическое задание 4.2	Проведение мини-аудита смыслового поля локального бренда (опрос, анализ контента).	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
Раздел 5. Разработка клиентских смыслов			
17	Опрос по теме 5.1	1. В чем суть методики смысловой реконструкции? 2. Какие этапы включает процесс реконструкции? 3. Как адаптировать смыслы под меняющиеся тренды?	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
18	Практическое задание 5.1	Разработка плана смысловой реконструкции для выбранного бренда.	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
19	Опрос по теме 5.2	1. Как генерировать смыслы для новых продуктов? 2. Как связать продукт с ценностями аудитории? 3. Какие методы креативного поиска смыслов наиболее эффективны?	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
20	Практическое задание 5.2	Создание смысловой концепции для нового продукта (название, ключевые сообщения).	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2
21	Опрос по теме 5.3	1. Какие этапы включает разработка смысловой кампании? 2. Как оценить эффективность смысловой кампании? 3. Какие каналы коммуникации наиболее подходят для передачи смыслов?	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2

№ п/п	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
22	Практическое задание 5.3	Разработка концепции смысловой кампании (цель, аудитория, каналы, ключевые сообщения).	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Опрос	даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний о предмете исследования; ответы четкие и краткие, логически правильно построенные, продемонстрирована самостоятельность в суждениях		5
	даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, показаны достаточные знания о предмете исследования; доказательно раскрыты основные положения дисциплины; при ответах не всегда выделялось главное, ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.		4
	даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности.		3
	обучающийся не выполнял задание или не дал ответы по базовым вопросам дисциплины		2
Выполнение практического задания (сквозного)	даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний о предмете исследования; правильно решены практические задачи; ответы четкие и краткие, логически правильно построенные, продемонстрирована самостоятельность в анализе фактов, событий и явлений		5
	даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, показаны достаточные знания о предмете исследования; доказательно раскрыты основные		4

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	положения дисциплины, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.		
	даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, однако, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.		3
	обучающийся не выполнял задание или не дал ответы по базовым вопросам дисциплины		2
Выступление с презентацией по выполнению практического задания	– соответствие содержания заявленной теме и полнота ее раскрытия; – оригинальность и самостоятельность; – логическое и последовательное изложение мыслей; – количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов); – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) – выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал, корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории.		5
			4
			3
			2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемая компетенция
Выступление с презентацией по выполнению практического задания	На основании выполнения всех заданий учебной дисциплины в формате публичной защиты слушатели представляют результаты своих научных исследований	ПК-3 ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины/модуля:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Выступление с презентацией по выполнению практического задания	Обучающийся: – демонстрирует знания, отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, в том числе на дополнительные вопросы; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросам заданий; – демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.		5
	Обучающийся: – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одной из задач; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – активно работает с основной литературой, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.		4
	Обучающийся: – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые;		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	– справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. Содержание заданий раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.		
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		2

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:		
- опрос		2 – 5
- выполнение практического задания		2 – 5
Промежуточная аттестация Выступление с презентацией по выполнению практического задания		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
Итого за дисциплину		

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих 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: диагностика перспективности креативного продукта и его контакта с целевыми аудиториями, борьба с возражениями целевых аудиторий.

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

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.
119071, г. Москва, Малая Калужская улица, дом 1, стр.2	
Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Аудитория №1330 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие

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.
	рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций).
Аудитория №1343: - компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; - помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятий и профилактических работ время).	Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение 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 программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/УЧЕБНОГО МОДУЛЯ

№ 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
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Величковский Б.М.	Когнитивная наука. Основы психологии познания	Учебник для вузов	Юрайт	2024	URL: https://urait.ru/bcode/534868	
2	Лукичёва Т.А.	Маркетинг	Учебник и практикум для вузов	Юрайт	2024	URL: https://urait.ru/bcode/536534	
3	Карасев А.П.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Учебник и практикум для вузов	Юрайт	2024	URL: https://urait.ru/bcode/536446	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Восковская Л.В.	Психология ощущений и восприятия	Учебник для вузов	Юрайт	2024	URL: https://urait.ru/bcode/537895	
2	Маслова В.А.	Лингвокультурологический анализ	Учебник для вузов	Юрайт	2024	URL: https://urait.ru/bcode/544700	
3	Шульга Е.Н.	Современная философская герменевтика: понимание и интерпретация	Учебник для вузов	Юрайт	2024	URL: https://urait.ru/bcode/541462	
4	Одинцов Б.Е.	Когнитивные системы управления эффективностью бизнеса	Учебник и практикум для вузов	Юрайт	2024	URL: https://urait.ru/bcode/530606	
5	Колесникова С.М.	Когнитивная лингвистика	Учебник для вузов	Юрайт	2024	URL: https://urait.ru/bcode/544697	
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Ордынец А.А.	Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся	Методические рекомендации	Утверждено на заседании кафедры коммерции и сервиса, протокол № 12 от 08.06.2021	2021		

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

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

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