

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:01:10
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**

Инновации 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 коммерческой сфере
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года/4 года 11 месяцев
Форма(-ы) обучения	очная/заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Инновации 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