

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.09.2023 12:24:55  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9abb82479

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

### Креативные технологии 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, 5 лет
Форма(-ы) обучения	Очная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Креативные технологии в рекламе и PR» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 10.03.2023 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Доцент А.Д. Петросян

Заведующий кафедрой: Е.Г. Карпова

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Креативные технологии в рекламе и PR» на очной форме обучения изучается на 3 курсе, шестом семестре.

Учебная дисциплина «Креативные технологии в рекламе и PR» на заочной форме обучения изучается на четвертом курсе.

Курсовая работа – не предусмотрена.

### **1.1. Форма промежуточной аттестации:**

экзамен

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 и практикам:

- Теория и практика массовой информации
- Методология и методы исследования в рекламе
- Основы теории коммуникации
- Основы рекламной деятельности и PR
- Интегрированные коммуникации в рекламе и PR
- Основы проектной деятельности
- Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика

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

- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
- Социология рекламы и PR в коммерческой сфере
- Брендинг в коммерческой сфере
- Современные массмедиа 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 «Креативные технологии в рекламе и PR» является подготовка специалистов, способных на базовом уровне оценивать рыночную ситуацию заданного сегмента, планировать и контролировать набор маркетинговых исследований, соответствующих маркетинговой стратегии компании и рыночной ситуации

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
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИД-ОПК-4.1 Изучение социологических данных и их соотнесение с запросами и потребностями общества и отдельных целевых групп / групп общественности</p>	<p>Способен отвечать на запросы и потребности целевой аудитории и общества в целом. Обладает навыками изучения социологических данных и их соотнесения с запросами общества, а также отдельных целевых групп. Применяет основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.</p>
	<p>ИД-ОПК-4.2 Использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности</p>	
	<p>ИД-ОПК-4.3 Учет основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и (или) связей с общественностью</p>	
<p>ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ИД-ПК-2.2 Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Способен применять на практике основные технологии маркетинговых коммуникаций в процессе разработки и реализации коммуникационного продукта Применяет креативные подходы при формировании концепции и идеи коммуникационного продукта</p>
	<p>ИД-ПК-2.3 Применение креативных подходов при разработке концепции/идеи коммуникационного продукта</p>	

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	144	час.
---------------------------	---	------	-----	------

по заочной форме обучения –	4	з.е.	144	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	экзамен	144	24	48				48	36
Всего:		144	24	48				48	36

#### 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
4 курс									
установочная сессия									
зимняя сессия									
летняя сессия	экзамен	144	8	10				117	9
Всего:		144	8	10				117	9

## 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 занятия, час	Практическая подготовка, час		
<b>Шестой семестр</b>							
ОПК-4	<b>Раздел I. Понятие и роль рекламной идеи в эффективности рекламы</b>	12	24			18	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Устный опрос
ИД-ОПК-4.1	Тема 1.1. Традиционные методологические приемы создания рекламной идеи	3					
ИД-ОПК-4.2	Тема 1.2. Креативные приемы создания рекламной идеи	3					
ИД-ОПК-4.3	Тема 1.3. Креативные технологии в наружной рекламе	2					
	Тема 1.4. Креативные приемы создания Интернет-рекламы	2					
	Тема 1.5 Креативные приемы создания PR-материалов и подготовки PR-мероприятий	2					
	Практическое занятие № 1.1 Традиционные методологические приемы создания рекламной идеи		5			4	
	Практическое занятие № 1.2. Креативные приемы создания рекламной идеи		5			4	
	Практическое занятие № 1.3. Креативные технологии в наружной рекламе		5			4	
	Практическое занятие № 1.4. Креативные приемы создания Интернет-рекламы		5			3	
	Практическое занятие № 1.5. Креативные приемы создания PR-материалов и подготовки PR-мероприятий		4			3	
ПК-2	<b>Раздел II. Планирование и эффективность реализуемой рекламной деятельности</b>	12	24			18	Формы текущего контроля по разделу II: Собеседование Эссе
ИД-ПК-2.2	Тема 2.1. Креативные приемы планирования коммуникационных кампаний.	3					
ИД-ПК-2.3	Тема 2.2. Оценка эффективности рекламной идеи	3					

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 занятия, час	Практическая подготовка, час		
	Тема 2.3. Методы генерирования идей и требования к рекламной идее.	3					
	Тема 2.4. Креативные приемы создания рекламы в СМИ	3					
	Практическое занятие № 2.1. Креативные приемы планирования коммуникационных кампаний		6			5	
	Практическое занятие № 2.2. Оценка эффективности рекламной идеи		6			5	
	Практическое занятие № 2.3. Методы генерирования идей и требования к рекламной идее		6			4	
	Практическое занятие № 2.4. Креативные приемы создания рекламы в СМИ		6			4	
	Экзамен					36	
	<b>ИТОГО за шестой семестр</b>	24	48			36	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>24</b>	<b>48</b>			<b>144</b>	

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 занятия, час	Практическая подготовка, час		
<b>4 курс</b>							
<b>Установочная сессия</b>							
<b>Зимняя сессия</b>							
<b>Летняя сессия</b>							
ОПК-4 ИД-ОПК-4.1 ИД-ОПК-4.2 ИД-ОПК-4.3	<b>Раздел I. Понятие и роль рекламной идеи в эффективности рекламы</b>	4	5			60	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Устный опрос
	Тема 1.1. Традиционные методологические приемы создания рекламной идеи	1					
	Тема 1.2. Креативные приемы создания рекламной идеи	1					
	Тема 1.3. Креативные технологии в наружной рекламе	1					
	Тема 1.4. Креативные приемы создания Интернет-рекламы	0,5					
	Тема 1.5 Креативные приемы создания PR-материалов и подготовки PR-мероприятий	0,5					
	Практическое занятие № 1.1 Традиционные методологические приемы создания рекламной идеи		1			12	
	Практическое занятие № 1.2. Креативные приемы создания рекламной идеи		1			12	
	Практическое занятие № 1.3. Креативные технологии в наружной рекламе		1			12	
	Практическое занятие № 1.4. Креативные приемы создания Интернет-рекламы		1			12	

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 занятия, час	Практическая подготовка, час			
	Практическое занятие № 1.5. Креативные приемы создания PR-материалов и подготовки PR-мероприятий		1			12		
ПК-2 ИД-ПК-2.2 ИД-ПК-2.3	<b>Раздел II. Планирование и эффективность реализуемой рекламной деятельности</b>	4	5			57	Формы текущего контроля по разделу II: Собеседование Эссе	
	Тема 2.1. Креативные приемы планирования коммуникационных кампаний.	1						
	Тема 2.2. Оценка эффективности рекламной идеи	1						
	Тема 2.3. Методы генерирования идей и требования к рекламной идее.	1						
	Тема 2.4. Креативные приемы создания рекламы в СМИ	1						
	Практическое занятие № 2.1. Креативные приемы планирования коммуникационных кампаний		2			15		
	Практическое занятие № 2.2. Оценка эффективности рекламной идеи		1			15		
	Практическое занятие № 2.3. Методы генерирования идей и требования к рекламной идее		1			15		
	Практическое занятие № 2.4. Креативные приемы создания рекламы в СМИ		1			12		
	Экзамен					9		
	<b>ИТОГО за летнюю сессию</b>		8	10				117
	<b>ИТОГО за весь период</b>		<b>8</b>	<b>10</b>				<b>144</b>



## 3.5. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I</b>		
<b>Понятие и роль рекламной идеи в эффективности рекламы</b>		
Тема 1.1.	Традиционные методологические приемы создания рекламной идеи	Методологические приемы создания рекламной идеи. Приемы "простая демонстрация товара", "проблема-решение", "до и после", "сравнение решения проблем". Специфика их использования, сильные и слабые стороны
Тема 1.2.	Креативные приемы создания рекламной идеи	Креативные приемы создания рекламной идеи: "Демонстрация нетипичной, экстремальной, фантастической, сказочной ситуации". Специфика и проблемы использования. Возможности приемов
Тема 1.3.	Креативные технологии в наружной рекламе	Креативные технологии в разных видах наружной рекламы. Прием выхода изображения за пределы щита. Объемный эффект билборда. Световые креативные решения. Эмбиент в наружной рекламе. Использование креативных цифровых технологий в наружной рекламе
Тема 1.4.	Креативные приемы создания Интернет-рекламы	Креативные приемы создания баннерной и контекстной рекламы. Креатив в SMM-маркетинге.
Тема 1.5.	Креативные приемы создания PR-материалов и подготовки PR-мероприятий	Креативные приемы создания PR-материалов: пресс-релизов, бэкграундеров, кейс-историй, именных статей, обзоров и пр. Подходы к поиску и выбору тем материала. Креативные приемы подготовки PR-мероприятий.
<b>Раздел II Планирование и эффективность реализуемой рекламной деятельности</b>		
Тема 2.1.	Креативные приемы планирования коммуникационных кампаний	Кросс-промоушн в коммуникационных кампаниях Аромаркетинг в коммуникационных кампаниях Ивент-маркетинг в коммуникационных кампаниях Партизанский маркетинг в коммуникационных кампаниях Диджитал технологии и мобильный маркетинг в коммуникационных кампаниях
Тема 2.2.	Оценка эффективности рекламной идеи	Основные методы оценки коммуникативной эффективности рекламы. Анкетирование целевой аудитории. Использование метода фокус-групп в оценке креативной идеи. Метод семантического дифференциала. Метод экспертных оценок
Тема 2.3.	Методы генерирования идей и требования к рекламной идее.	Методы генерирования рекламных идей (мозговой штурм и пр.). Роль креатива в коммуникативной и экономической эффективности рекламы
Тема 2.4.	Креативные приемы создания рекламы в СМИ	Креативные приемы создания рубричной и блочной рекламы в прессе. Креатив в видео и аудиорекламе. Специфика креатива текста и видеоряда

## 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;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- выполнение курсовых 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:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по курсовой работе;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- проведение ежемесячных мастер-классов практиками медиарынка;
- 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:

<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>объем, час</b>	<b>включение в учебный процесс</b>
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	
			профессиональной(-ых) компетенции(-й)	
			ОПК-4 ИД-ОПК-4.1 ИД-ОПК-4.2 ИД-ОПК-4.3	ПК-2 ИД-ПК-2.2 ИД-ПК-2.3
высокий		отлично	<p>Обучающийся:</p> <p>Способен отвечать на запросы и потребности целевой аудитории и общества в целом.</p> <p>Обладает навыками изучения социологических данных и их соотнесения с запросами общества, а также отдельных целевых групп.</p> <p>Применяет основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.</p>	<p>Обучающийся:</p> <p>Способен применять на практике основные технологии маркетинговых коммуникаций в процессе разработки и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Применяет креативные подходы при формировании концепции и идеи коммуникационного продукта</p>
повышенный		хорошо	<p>Обучающийся:</p> <p>Способен отвечать на запросы и потребности целевой аудитории и общества в целом.</p> <p>Обладает навыками изучения социологических данных и их соотнесения с запросами общества, а также отдельных целевых групп, но не в полной мере.</p>	<p>Обучающийся:</p> <p>Способен применять на практике основные технологии маркетинговых коммуникаций в процессе разработки и реализации коммуникационного продукта</p> <p>Применяет креативные подходы при формировании концепции и идеи коммуникационного продукта, но не в полном объеме.</p>

			Применяет основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.	
базовый		удовлетворительно	Обучающийся: Способен отвечать на запросы и потребности целевой аудитории и общества в целом, но не в полной мере. Обладает навыками изучения социологических данных и их соотнесения с запросами общества, а также отдельных целевых групп. Не применяет основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.	Обучающийся: Способен применять на практике основные технологии маркетинговых коммуникаций в процессе разработки и реализации коммуникационного продукта Не применяет креативные подходы при формировании концепции и идеи коммуникационного продукта
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 способен проанализировать медиаканал и медианоситель, путается в особенностях применения различных медиа Не владеет принципами планирования и организации рекламной деятельности, что затрудняет определение медиаканалов и медианосителей 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 «Креативные технологии 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	Темы эссе по разделу/теме: «Креативные приемы создания рекламной идеи»	Темы эссе: 1. Роль креативной идеи в создании рекламы. 2. Рационалистические рекламные стратегии. 3. Новейшие подходы к созданию фирменного стиля. 4. Основные виды PR-материалов и подходы к их созданию. 5. Основные этапы разработки и проведения PR-программ
2	Собеседование по разделу/теме: «Креативные приемы создания рекламной идеи»	Вопросы для собеседования: 1. Понятие рекламной идеи. 2. Требования к рекламной идее. 3. Методы генерирования рекламных идей 4. Роль креатива в коммуникативной и экономической эффективности рекламы 5. Креативные приемы создания рекламной идеи: "Демонстрация нетипичной ситуации"
3	Доклад по разделу/теме: «Креативные приемы создания рекламной идеи»	Темы докладов 1. Понятие рекламного креатива, существующие проблемы 2. Понятие рекламная стратегии и большой идеи. 3. Современные рекламные стратегии. 4. Понятие рекламного образа и его составляющие 5. Виды брифов. Разделы брифа.
4	Устный опрос по разделу/теме: «Креативные приемы создания рекламной идеи»	Вопросы: 1. Охарактеризуйте винтажную рекламу первой половины 20-го века. 2. Какие традиционные креативные технологии вы знаете? 3. В чем заключаются особенности методов фокальных объектов и контрольных вопросов?

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		4. Опишите поэтапный план решения креативной задачи (например, в рекламной кампании магазина зонтиков). 5. В чем состоит суть принципов оформления рекламного текста, в части подбора шрифтов?

### 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Собеседование	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

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	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 теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.		3
	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
Эссе	Эссе выполнено полностью. В логических рассуждениях отсутствуют ошибки. Возможно наличие одной неточности, что не является следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Эссе выполнено полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	В эссе допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Эссе выполнено не полностью. В материале допущены грубые ошибки.		2
Доклад	Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний,		5



Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		
	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.		
Устный опрос	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, 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, 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, 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

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	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

### 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен: в устной форме	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие PR рекламы, её разновидности и функции</li> <li>2. Функции PR рекламы на рынке</li> <li>3. Понятие креативной рекламы</li> <li>4. Составление рекламных текстов</li> <li>5. Комбинированные и смежные PR-тексты, креативные подходы</li> <li>6. Структура PR рекламного объявления</li> <li>7. Форма рекламных PR объявлений</li> <li>8. Стили PR рекламных объявлений</li> <li>9. Окончательный вариант макета PR рекламного объявления</li> <li>10. Визуальные средства, используемые в рекламе и их функции</li> </ol>

## 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен/зачет: в устной форме по билетам	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		5
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</li> <li>– недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;</li> <li>– недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой.</li> </ul> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> </ul>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</p> <p>Содержание билета 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.</p>		
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

### 5.5. Примерные темы курсовой работы:

Не предусмотрена

### 5.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы

### 5.7. 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:		
- собеседование		2 – 5
- доклад		2 – 5
- эссе		2 – 5
- устный опрос		2 – 5
Промежуточная аттестация экзамен		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
<b>Итого за семестр</b> 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;
- проектная деятельность;
- 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.
<b>119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, д. 1, учебный корпус4</b>	
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 изда ния	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
<b>9.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Душкина М.Р.	Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-518901">https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-518901</a>	
2	Федотова Л.Н.	Реклама: теория и практика	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437">https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-531437</a>	
3	Галицкий Е.Б.	Маркетинговые исследования. Теория и практика	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/marketingovyeye-issledovaniya-teoriya-i-praktika-488325">https://urait.ru/book/marketingovyeye-issledovaniya-teoriya-i-praktika-488325</a>	
<b>9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Жильцова О.Н.	Технология интернет-маркетинга	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/tehnologiya-internet-marketinga-520553">https://urait.ru/book/tehnologiya-internet-marketinga-520553</a>	
2	Карпова С.В.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/marketing-v-otraslyah-i-sferah-deyatelnosti-512019">https://urait.ru/book/marketing-v-otraslyah-i-sferah-deyatelnosti-512019</a>	
3	Воронцова М.В.	Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/tehnologiya-formirovaniya-imidzha-pr-i-reklamy-v-socialnoy-rabote-497436">https://urait.ru/book/tehnologiya-formirovaniya-imidzha-pr-i-reklamy-v-socialnoy-rabote-497436</a>	
<b>9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)</b>							
1	Карпова Е.Г., Кашеев О.В.,	Реклама и связи с общественностью. Учебно-	Учебно-методическое	М.: МГУДТ, 2022	2022	ИСИ	10



	Усик С.П.	методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ	пособие				
2	Дружинина И.А.	Проектирование бренда : метод. указания к курсовой работе	Методические указания	МГУДТ, 2016	2016		1

## 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» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	ЭБС ЮРАЙТ» <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a>
5.	ООО «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a> .
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
.	Web of Science <a href="http://webofknowledge.com/">http://webofknowledge.com/</a>
.	Scopus <a href="http://www.Scopus.com/">http://www.Scopus.com/</a>
.	Elsevier «Freedom collection» Science Direct <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a>
.	«SpringerNature» <a href="http://www.springernature.com/gp/librarians">http://www.springernature.com/gp/librarians</a> Платформа Springer Link: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a> Платформа Nature: <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Springer Materials: <a href="http://materials.springer.com/">http://materials.springer.com/</a> База данных Springer Protocols: <a href="http://www.springerprotocols.com/">http://www.springerprotocols.com/</a> База данных zbMath: <a href="https://zbmath.org/">https://zbmath.org/</a> База данных Nano: <a href="http://nano.nature.com/">http://nano.nature.com/</a>

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:

<b>№ пп</b>	<b>год обновления РПД</b>	<b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b>	<b>номер протокола и дата заседания кафедры</b>
1	2023	Обновление всех разделов рабочей программы	№ 8 от 10.03.2023 г.