

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.09.2023 14:25:52  
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

### 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 медиаиндустрии |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года   |
| Форма(-ы) обучения  | Очная  |

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.

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
- 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 |
|--------------------------------|--|---|
|--------------------------------|--|---|

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

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|                           |   |      |     |      |
|---------------------------|---|------|-----|------|
| по очной 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 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<br>ИД-ОПК-4.1<br>ИД-ОПК-4.2<br>ИД-ОПК-4.3  | <b>Раздел I. Понятие и роль рекламной идеи в эффективности рекламы</b>                  | 12                  | 24                        |   |                              | 18                          | Формы текущего контроля по разделу I:<br>Доклад<br>Устный опрос  |
|  | Тема 1.1. Традиционные методологические приемы создания рекламной идеи                  | 3                   |                           |   |                              |                             |  |
|  | Тема 1.2. Креативные приемы создания рекламной идеи                                     | 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<br>ИД-ПК-2.2<br>ИД-ПК-2.3   | <b>Раздел II. Планирование и эффективность реализуемой рекламной деятельности</b>       | 12                  | 24                        |   |                              | 18                          | Формы текущего контроля по разделу II:<br>Собеседование<br>Эссе  |
|  | Тема 2.1. Креативные приемы планирования коммуникационных кампаний.                     | 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 задания, 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>                  |  |

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

| № пп   | Наименование раздела и темы дисциплины                               | Содержание раздела (темы)   |
|--|--|---|
| <b>Раздел I 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<br>Аромаркетинг в коммуникационных кампаниях<br>Ивент-маркетинг в коммуникационных кампаниях<br>Партизанский маркетинг в коммуникационных кампаниях<br>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  |

## 3.4. 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 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.

### 3.5. 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<br>ИД-ОПК-4.1<br>ИД-ОПК-4.2<br>ИД-ОПК-4.3   | ПК-2<br>ИД-ПК-2.2<br>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:<br>Способен отвечать на запросы и потребности целевой аудитории и общества в целом, но не в полной мере.<br>Обладает навыками изучения социологических данных и их соотнесения с запросами общества, а также отдельных целевых групп.<br>Не применяет основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.   | Обучающийся:<br>Способен применять на практике основные технологии маркетинговых коммуникаций в процессе разработки и реализации коммуникационного продукта<br>Не применяет креативные подходы при формировании концепции и идеи коммуникационного продукта |
| низкий  |  | неудовлетворительно | Обучающийся:<br>Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации<br>Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами<br>Не способен проанализировать медиаканал и медианоситель, путается в особенностях применения различных медиа<br>Не владеет принципами планирования и организации рекламной деятельности, что затрудняет определение медиаканалов и медианосителей<br>Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя<br>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:<br>«Креативные приемы создания рекламной идеи»     | Темы эссе:<br>1. Роль креативной идеи в создании рекламы.<br>2. Рационалистические рекламные стратегии.<br>3. Новейшие подходы к созданию фирменного стиля.<br>4. Основные виды PR-материалов и подходы к их созданию.<br>5. Основные этапы разработки и проведения PR-программ                       |
| 2    | Собеседование по разделу/теме:<br>«Креативные приемы создания рекламной идеи» | Вопросы для собеседования:<br>1. Понятие рекламной идеи.<br>2. Требования к рекламной идее.<br>3. Методы генерирования рекламных идей<br>4. Роль креатива в коммуникативной и экономической эффективности рекламы<br>5. Креативные приемы создания рекламной идеи: "Демонстрация нетипичной ситуации" |
| 3    | Доклад по разделу/теме: «Креативные приемы создания рекламной идеи»           | Темы докладов<br>1. Понятие рекламного креатива, существующие проблемы<br>2. Понятие рекламная стратегии и большой идеи.<br>3. Современные рекламные стратегии.<br>4. Понятие рекламного образа и его составляющие<br>5. Виды брифов. Разделы брифа.  |
| 4    | Устный опрос по разделу/теме:<br>«Креативные приемы создания рекламной идеи»  | Вопросы:<br>1. Охарактеризуйте винтажную рекламу первой половины 20-го века.<br>2. Какие традиционные креативные технологии вы знаете?<br>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).<br>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.<br>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:<br>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:<br>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<br>курсовая работа<br>экзамен |                      | отлично<br>хорошо<br>удовлетворительно<br>неудовлетворительно |
| <b>Итого за семестр</b><br>экзамен                     |                      | отлично<br>хорошо<br>удовлетворительно<br>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<br>зачтено (отлично)                     | зачтено    |
| 65 – 84 баллов       | хорошо<br>зачтено (хорошо)                       |            |
| 41 – 64 баллов       | удовлетворительно<br>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:<br>– ноутбук;<br>– проектор;<br>– 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:<br>– ноутбук,<br>– проектор;<br>– 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  |
| <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.,<br>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»<br><a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>   |
| 3.  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»<br><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<br><a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a>  |
| .   | «SpringerNature»<br><a href="http://www.springernature.com/gp/librarians">http://www.springernature.com/gp/librarians</a><br>Платформа Springer Link: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a><br>Платформа Nature: <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a><br>База данных Springer Materials: <a href="http://materials.springer.com/">http://materials.springer.com/</a><br>База данных Springer Protocols: <a href="http://www.springerprotocols.com/">http://www.springerprotocols.com/</a><br>База данных zbMath: <a href="https://zbmath.org/">https://zbmath.org/</a><br>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.                            |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |