

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

### Реклама в коммуникационном процессе

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 «Реклама в коммуникационном процессе» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Доцент А.Д. Петросян

И.о. заведующего кафедрой: Е.В. Мореева

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Реклама в коммуникационном процессе» изучается на очной форме в четвертом семестре второго курса.

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:

- Основы проектной деятельности
- Организация и проведение PR- кампаний
- Креативные технологии в рекламе и PR
- Медиапланирование в коммерческой сфере / в социокультурной сфере
- Разработка и технология производства коммуникационного продукта
- Правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью
- Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
- Производственная практика. Профессионально-творческая практика

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

- Производственная практика. Преддипломная 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**

Целями освоения дисциплины «Реклама в коммуникационном процессе» являются:

- организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на выявление целесообразности реализации и проведения рекламной кампании;
- обработка и интерпретация результатов маркетинговых исследований с применением современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий;
- обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии при проведении рекламной кампании;
- разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию для проведения рекламной кампании;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

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

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИД-УК-5.3. Применение способов преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии при выполнении профессиональных задач</p>	<p>Обладает способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Умеет применять способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии при выполнении профессиональных задач</p>
<p>ПК-1 Способен применять в медиапланировании основные технологические решения, приёмы и методы онлайн и оффлайн коммуникации, маркетинговые технологии для планирования рекламных и PR-кампаний и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ИД-ПК-1.1 Использование основных маркетинговых инструментов и технологий при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ИД-ПК-1.2 Применение основных технологических решений, приёмов и методов онлайн и оффлайн коммуникаций при планировании рекламных и PR-кампаний</p>	<p>Обладает навыками применения в медиапланировании основных технологических решений, приёмов и методов онлайн и оффлайн коммуникации, маркетинговых технологий для планирования рекламных и PR-кампаний и реализации коммуникационного продукта. Умеет применять основные маркетинговые инструменты и технологии при планировании производства и реализации коммуникационного продукта</p>
<p>ПК-2 Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, применять в профессиональной деятельности перспективные теории и приемы менеджмента, маркетинга, руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией</p>	<p>ИД-ПК-2.1 Анализ перспективных теорий и приемов менеджмента, маркетинга, для проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий</p>	<p>Способен осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов, применять в профессиональной деятельности перспективные теории и приемы менеджмента, маркетинга. Умеет проводить анализ перспективных теорий и приемов менеджмента, маркетинга, для проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
коммуникационных кампаний и мероприятий		
ПК-3 Способен разрабатывать медиакампании и медиапроекты в различных сферах с применением инновационных технологий	ИД-ПК-3.1 Обоснование целей, миссии и стратегии медиакоммуникации в интернет-пространстве	Обладает способностью разрабатывать медиакампании и медиапроекты в различных сферах с применением инновационных технологий. Умеет обосновывать цели, миссии и стратегии медиакоммуникации в интернет-пространстве

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	5	з.е.	160	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
4 семестр	экзамен	160	32	32				64	32
Всего:		160	32	32				64	32

## 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>Четвертый семестр</b>							
УК-5: ИД-УК-5.3 ПК-1: ИД-ПК-1.1 ИД-ПК-1.2	<b>Раздел I. Современная концепция рекламной деятельности</b>	11	11			20	Формы текущего контроля по разделу I: Эссе Устный опрос
	Тема 1.1. Структура процесса рекламной деятельности.	4					
	Тема 1.2. Процесс производства и распространения рекламы.	4					
	Тема 1.3. Процесс потребления рекламы.	3					
	Практическое занятие № 1.1. Структура процесса рекламной деятельности		4			7	
	Практическое занятие № 1.2. Процесс производства и распространения рекламы.		4			7	
	Практическое занятие № 1.3. Процесс потребления рекламы.		3			6	
ПК-2: ИД-ПК-2.1 ПК-3 ИД-ПК-3.1	<b>Раздел II. Коммуникационные процессы в рекламной деятельности</b>	11	11			24	Формы текущего контроля по разделу II: Доклад Собеседование
	Тема 2.1. Маркетинговые коммуникации	6					
	Тема 2.2. Анализ средств распространения рекламы с учетом их коммуникативности	5					
	Практическое занятие № 2.1 Маркетинговые коммуникации		6			12	
	Практическое занятие № 2.2 Анализ средств распространения рекламы с учетом их коммуникативности		5			12	
ПК-2: ИД-ПК-2.1 ПК-3 ИД-ПК-3.1	<b>Раздел III Эмоциональные и языковые аспекты рекламной деятельности в коммуникационном процессе</b>	10	10			20	Формы текущего контроля по разделу III: Устный опрос Собеседование
	Тема 3.1. Эмоциональная доминанта в языке рекламы.	4					
	Тема 3.2. Нарратив в рекламе. Технология сторителлинга и трансмедиа-сторителлинга..	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 3.3. Форма, стиль и функция языка рекламы	3					
	Практическое занятие № 3.1. Эмоциональная доминанта в языке рекламы.		4			7	
	Практическое занятие № 3.2. Нарратив в рекламе. Технология сторителлинга и трансмедиа-сторителлинга..		3			7	
	Практическое занятие № 3.3. Форма, стиль и функция языка рекламы		3			6	
	Экзамен					32	Экзамен по билетам
	<b>ИТОГО за четвертый семестр</b>	32	32			64	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>32</b>	<b>32</b>			<b>160</b>	

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I</b>	<b>Современная концепция рекламной деятельности</b>	
Тема 1.1.	Структура процесса рекламной деятельности.	Содержание рекламы и средства её распространения (СМИ, рекламные носители различного вида). Субъект, объект, предмет рекламы. Рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламы как субъекты рекламной деятельности. Распределение ответственности.
Тема 1.2.	Процесс производства и распространения рекламы	Основные технологические звенья. Концепция и креатив. Изготовление различных видов рекламы. Медиапланирование. Основные этапы медиапланирования
Тема 1.3.	Процесс потребления рекламы.	Процесс потребления рекламы – основные закономерности. Различие между потреблением и восприятием. Различие между понятиями «объект рекламирования» и «объект воздействия рекламы». Критический анализ термина «потребитель рекламы».
<b>Раздел II</b>	<b>Коммуникационные процессы в рекламной деятельности</b>	
Тема 2.1.	Маркетинговые коммуникации	Продвижение в системе комплекса маркетинга. Понятие маркетинговых коммуникаций. Прямой маркетинг, стимулирование сбыта, Интегрированный подход к маркетинговым коммуникациям. Усиление воздействия потребителя, потребительское поведение.
Тема 2.2.	Анализ средств распространения рекламы с учетом их коммуникативности	Анализ средств распространения рекламной информации. Анализ коммуникативной и креативной специфики средств рекламы. Угрозы и возможности для рекламодателя.
<b>Раздел III</b>	<b>Языковые и эмоциональные аспекты рекламной деятельности в коммуникационном процессе</b>	
Тема 3.1	Эмоциональная доминанта в языке рекламы.	Два аспекта рекламы: юридический и содержательный, адресованная неопределенному кругу лиц и как сообщение, ориентированное на определенную аудиторию и выполняющее определенные задачи. Обязательная эмоциональность и возможная нелогичность языка рекламы.
Тема 2.3	Нарратив в рекламе. Технология сторителлинга и трансмедиа-сторителлинга..	Реклама как рассказанная история. Выдуманные и сказочные персонажи в рекламе. Виртуальные миры в рекламе. Анализ наиболее характерных серий рекламы. Сторителлинг как тренд современной рекламной индустрии: создание собственного контекста и гипертекста.
Тема 3.2	Форма, стиль и функция языка	Общая функциональная и стилистическая характеристика языка рекламы.

	рекламы	Основные соотношения с функциональными разновидностями современного русского литературного языка - с языком радио, языком кино и телевизионной речью, которые сложились в рамках массовой информации в течение XX в. Стилевая характеристика языка рекламы как литературно-художественного. Функция воздействия как доминирующая.
--	---------	---

### 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 бренд-менеджерами;
- 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:

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

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

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

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности			
			профессиональной(-ых) компетенции(-й)			
			УК-5: ИД-УК-5.3	ПК-1: ИД-ПК-1.1 ИД-ПК-1.2	ПК-2: ИД-ПК-2.1	ПК-3: ИД-ПК-3.1
высокий		отлично	Обладает способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. Умеет применять способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии при выполнении профессиональных задач.	Обладает навыками применения в медиапланировании основных технологических решений, приёмов и методов онлайн и оффлайн коммуникации, маркетинговых технологий для планирования рекламных и PR-кампаний и реализации коммуникационного продукта. Умеет применять	Способен осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов, применять в профессиональной деятельности перспективные теории и приемы менеджмента, маркетинга. Умеет проводить анализ перспективных теорий и приемов менеджмента, маркетинга, для	Обладает способностью разрабатывать медиакампании и медиапроекты в различных сферах с применением инновационных технологий. Умеет обосновывать цели, миссии и стратегии медиакоммуникации в интернет-пространстве.

				основные маркетинговые инструменты и технологии при планировании производства и реализации коммуникационного продукта	проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий.	
повышенный		хорошо	Обладает способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах Умеет применять способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии при выполнении профессиональных задач, но не на должном уровне	Обладает навыками применения в медиапланировании основных технологических решений, приёмов и методов онлайн и офлайн коммуникации, маркетинговых технологий для планирования рекламных и PR-кампаний и реализации коммуникационного продукта. Умеет применять основные маркетинговые инструменты и технологии при планировании производства и реализации коммуникационного	Способен осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов, применять в профессиональной деятельности перспективные теории и приемы менеджмента, маркетинга. Умеет проводить анализ перспективных теорий и приемов менеджмента, маркетинга, для проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий, но не на должном уровне.	Обладает способностью разрабатывать медиакампании и медиапроекты в различных сферах с применением инновационных технологий. Умеет обосновывать цели, миссии и стратегии медиакоммуникации в интернет-пространстве.

				продукта		
базовый		удовлетворитель но	Обладает способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. Не умеет применять способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии при выполнении профессиональных задач	Обладает навыками применения в медиапланировании основных технологических решений, приёмов и методов онлайн и оффлайн коммуникации, маркетинговых технологий для планирования рекламных и PR-кампаний и реализации коммуникационного продукта, но не в полной мере. Умеет применять основные маркетинговые инструменты и технологии при планировании производства и реализации коммуникационного продукта	Способен осуществлять разработку стратегических концепций и бизнес-планов проектов, применять в профессиональной деятельности перспективные теории и приемы менеджмента, маркетинга. Не умеет проводить анализ перспективных теорий и приемов менеджмента, маркетинга, для проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий.	Не обладает способностью разрабатывать медиакампании и медиапроекты в различных сферах с применением инновационных технологий. Умеет обосновывать цели, миссии и стратегии медиакоммуникации в интернет-пространстве
низкий		неудовлетворите льно	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			

			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 «Планирование рекламы и PR в рекламных кампаниях» 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	Доклад по разделу/теме «Анализ средств распространения рекламы с учетом их коммуникативности»	Темы докладов: 1. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. 2. Роль рекламы в современном мире. 3. Социальные функции рекламы.
2	Эссе по разделу/теме «Процесс производства и распространения рекламы»	Темы эссе: 1. Различные основания деления рекламы на виды. 2. Предмет и метод. Законодательные особенности. Имидж и репутация. 3. Предмет и метод. Общие и отличительные черты. Бренд и репутация.
3	Устный опрос по разделу/теме «Процесс производства и распространения рекламы»	Устный опрос: 1. Перечислите основные виды рекламы. 2. Как новые технологии влияют на развитие рекламного рынка в разных странах? 3. Что относится к средствам распространения рекламы?
4	Собеседование по разделу/теме «Маркетинговые коммуникации»	1. Что такое маркетинговые коммуникации? 2. Охарактеризуйте каждый из элементов продвижения. 3. В чем заключается понятие ин интегрированных маркетинговых коммуникаций?

## 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
	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		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.		
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		2
	Не получены ответы по базовым вопросам.		2
	Не принимал участия в собеседовании.		2
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, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки.		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	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
	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 по билетам	1. Основные подходы к пониманию рекламы. 2. Место рекламы в системе массовых коммуникаций. 3. Сущность, цели и задачи рекламы. 4. Функции, роль и виды рекламы. 5. Общие требования к рекламе.

## 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: в устной форме по билетам	Обучающийся: – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.		5
	Обучающийся: – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить		4

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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>		
	<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> <li>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</li> </ul> <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>		3
	<p>У обучающегося обнаруживаются 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
- устный опрос		2 – 5
- эссе		2 – 5

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

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.
	представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
Аудитория № 6213 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет»

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

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

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

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>9.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Ратников В.П.	Деловые коммуникации	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/delovye-kommunikacii-509587">https://urait.ru/book/delovye-kommunikacii-509587</a>	
2	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-535593">https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-535593</a>	
2	Венедиктова Т.Д.	Основы теории коммуникации	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-536873">https://urait.ru/book/osnovy-teorii-kommunikacii-536873</a>	
<b>9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Душкина М.Р.	Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-543173">https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-543173</a>	
2	Голубкова Е.Н.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/integrirrovannye-marketingovye-kommunikacii-535995">https://urait.ru/book/integrirrovannye-marketingovye-kommunikacii-535995</a>	
3	Чумиков А.Н.	Связи с общественностью и медиакommunikации	учебное пособие для вузов	Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-i-mediakommunikacii-540748">https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-i-mediakommunikacii-540748</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., Усик С.П.	Реклама и связи с общественностью. Учебно-методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ	Учебно-методическое пособие	М.: МГУДТ, 2022	2022	ИСИ	10

## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» <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	2024	Обновление всех разделов рабочей программы	№ 8 от 25.03.2024 г.