

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:49:54
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

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 и пиар в индустрии моды

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Периодические издания и мультимедийная журналистика
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Ведение телевизионных программ
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Радиожурналистика
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Режиссура телевизионных и мультимедийных проектов
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Звукорежиссура
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Операторское дело, режиссура монтажа
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама и пиар в индустрии моды» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол №7 от 27.03.2025 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Преподаватель	А.О. Бузькевич
Заведующий кафедрой:	А.А. Комарова

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Реклама и пиар в индустрии моды» изучается в четверном семестре.
Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Зачет

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (майно́р).

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам.

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении последующих дисциплин и прохождения практик.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целью освоения дисциплины «Реклама и пиар в индустрии моды» является:

- организация и проведение маркетинговых исследований в индустрии моды, направленных на разработку и реализацию коммуникационного fashion-продукта;
- обработка и интерпретация результатов маркетинговых исследований в индустрии моды с применением современных информационно-коммуникационных технологий, в том числе интернет-технологий;
- обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии для разработки концепции продвижения fashion-продукта/услуги в индустрии моды;
- разработка плана коммуникационных fashion-мероприятий и определение размера расходов на их реализацию;
- создание текстов рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации в индустрии моды и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- создание информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в модной индустрии в офлайн и онлайн среде;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения 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
ДПК-18 Способен организовывать рекламные кампании в индустрии моды с	ИД-ДПК-18.3 Применение методов и приемов построения рекламной кампании для организации продвижения брендов в индустрии моды	Навык раскрытия личностного потенциала в профессиональной деятельности с целью первоначального становления в

лекции, час
практические занятия, час
лабораторные занятия, час
практическая подготовка, час
курсовая работа
самостоятельная работа обучающегося, час
промежуточная аттестация, час

3.3. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
	Четвертый семестр						
ДПК-18: ИД-ДПК-18.3 ИД-ДПК-18.4	Раздел I. Организация рекламной деятельности в индустрии моды	8	16			24	Формы текущего контроля по разделу I: Собеседование Доклады Практическое задание
	Тема 1.1 Рекламная деятельность в индустрии моды: характеристика, участники, виды, классификация модных брендов	2					
	Тема 1.2 Организация рекламной кампании в модной индустрии, планирование рекламной кампании с учетом специфики сферы деятельности	3					
	Тема 1.3 Рекламные fashion-агентства: суть, виды, структура, проведение рекламных исследований в индустрии моды	3					
	Практическое занятие № 1.1 Рекламная деятельность в индустрии моды: характеристика, участники, виды, классификация модных брендов		5			8	
	Практическое занятие № 1.2 Организация рекламной кампании в модной индустрии, планирование рекламной кампании с учетом специфики сферы деятельности		5			8	
	Практическое занятие № 1.3 Рекламные fashion-агентства: суть, виды, структура, проведение рекламных исследований в индустрии моды		6			8	
ДПК-18: ИД-ДПК-18.3 ИД-ДПК-18.4	Раздел II. Паблик рилейшнз в системе индустрии моды	8	16			24	Формы текущего контроля по разделу II: Доклады
	Тема 2.1 Основные сферы PR-деятельности и технологии паблик рилейшн в модной индустрии	4					

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		
							Творческие задания Ситуационные задачи
	Тема 2.2 Организация и проведение PR-кампаний в fashion-индустрии, взаимодействие со средствами массовой информации (медиарилейшнз)	4					
	Практическое занятие № 2.1 Основные сферы PR-деятельности и технологии паблик рилейшн в модной индустрии		8			12	
	Практическое занятие № 2.2 Организация и проведение PR-кампаний в fashion-индустрии, взаимодействие со средствами массовой информации (медиарилейшнз)		8			12	
	Зачет						зачет
	ИТОГО за четвертый семестр	16	32			48	
	ИТОГО за весь период	16	32			48	

3.4. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения) не предусмотрено

Планируемые (контролируемые)	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы	С а м	Виды и формы контрольных
		Контактная работа		

результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций		Лекции, час	Практические занятия, час	<i>Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час</i>	Практическая подготовка, час		мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
--	--	--------------------	--------------------------------------	--	---	--	--

3.5. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I	Организация рекламной деятельности в индустрии моды	
Тема 1.1	Рекламная деятельность в индустрии моды: характеристика, участники, виды, классификация модных брендов	Основные этапы рекламной деятельности в индустрии моды: исследование, планирование, составление рекламных обращений, проведение рекламной кампании, контроль за эффективностью рекламы. Маркетинговая концепция – исходная позиция рекламной деятельности. Разработка стратегии маркетинга и бюджета, создание версии названия товара и его упаковки, разработка творческого замысла и его предварительная экспертиза, определение средств рекламы, обеспечивающих эффективное воздействие на целевую аудиторию и охват целевых рынков. Функции рекламы в позиционировании модного бренда на рынке (завоевание позиций в сознании потребителя).
Тема 1.2	Организация рекламной кампании в модной индустрии, планирование рекламной кампании с учетом специфики сферы деятельности	Определение рекламной кампании в индустрии моды, признаки ее классификации и рыночные условия эффективности. Особенности планирования рекламной кампании и этапов ее развертывания с учётом особенностей модной индустрии. Понятия координации и унификации рекламных кампаний, подходы к разработке рекламных кампаний. Положительные и отрицательные стороны централизованных, децентрализованных и смешанных рекламных кампаний в рамках индустрии моды.
Тема 1.3	Рекламные fashion-агентства: суть, виды, структура, проведение рекламных исследований в индустрии моды	Функции рекламного fashion-агентства. Типы рекламных агентств: полного цикла, A La Carte, штатные, медиабайнговые, независимые творческие студии, мегаагентства. Специфика их деятельности и методы координации функциональных программ. Классификация услуг, предлагаемых fashion-агентством. Рекламный менеджмент, его основные характеристики и тенденции развития в условиях индустрии моды. Особенности деятельности рекламного модного агентства в РФ. Первичные и вторичные данные в рекламных исследованиях на основе данных индустрии моды. Экспертный анализ, контент-анализ, корреляционный анализ, регрессионный анализ, дисперсионный анализ, факторный анализ, кластерный анализ.
Раздел II	Паблик рилейшнз в системе индустрии моды	
Тема 2.1	Основные сферы PR-деятельности и технологии паблик рилейшнз в модной индустрии	PR в сфере моды. Модели взаимосвязи в различных системах. PR как средство формирования «репутационного капитала» модного бренда. PR-факторы в процессе принятия управленческих решений. Технологии принятия решений (сбор и анализ информации, формулировка гипотезы, ее проверка, реализация заданной программы, коррекция действий). Институты и средства PR в индустрии моды. PR как

		современные технологии для развития модного бренда.
Тема 2.2	Организация и проведение PR-кампаний в fashion-индустрии, взаимодействие со средствами массовой информации (медиаарилейшнз)	PR-кампания как комплексное и многократное использование средств паблик рилейшнз в рамках единой концепции и общего плана воздействия на целевую аудиторию индустрии моды. Подготовка плана PR-кампании: анализ исходной ситуации, прогнозирование, изучение корпоративного (общественного) мнения, исследование СМИ и медиапланирование. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия со средствами массовой информации в модной индустрии. Институализация взаимодействия со СМИ (пресс-службы, пресс-центры, пресс-бюро, пресс-атташаты). Профессиональные и этические критерии деятельности специалиста в индустрии моды. Индивидуальный стиль и эффективность работы.

3.6. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- 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 практической работе;
- проведение консультаций перед зачетом;
- проведение ежемесячных мастер-классов практиками медиарынка;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.7. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

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

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

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)
			ДПК-18 ИД-ДПК-18.3 ИД-ДПК-18.4
высокий		отлично	Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в индустрии моды Обосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения модного бренда Разрабатывает план коммуникационных fashion-мероприятий и определяет размер расходов на их реализацию
повышенный		хорошо	Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в индустрии моды Затрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения модного бренда Разрабатывает план коммуникационных fashion-мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию
базовый		удовлетворительно	Разрабатывает индивидуальные, но не коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в индустрии моды Затрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения модного бренда Разрабатывает план коммуникационных fashion-мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию
низкий		неудовлетворительно	Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной

			аттестации Испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимого 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 «Реклама и пиар в индустрии моды» 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	Рекламная деятельность в индустрии моды: характеристика, участники, виды, классификация модных брендов	<u>Собеседование:</u> 1. Каковы функции рекламы в fashion-индустрии? 2. Каковы основные структурные элементы рекламы в индустрии моды? 3. Какова маркетинговая концепция рекламы fashion-индустрии? 4. Как соотносятся тип рынка и рекламная деятельность с учётом особенностей модной индустрии? 5. Какие характеристики включаются в понятие «целевая аудитория рекламы» fashion-индустрии?
2	Организация рекламной кампании в модной индустрии, планирование рекламной кампании с учетом специфики сферы деятельности	<u>Практическое задание:</u> Организация работы над творческим проектом: обучающиеся группы делятся на равные подгруппы и совместно работают над собственным проектом. Работа оценивается преподавателем в ходе проведения заключительного занятия. Цель и содержание практического задания: выбрать объект рекламирования (реально существующий модный бренд), по предлагаемым формам разработать план рекламной кампании от имени собственного рекламного fashion-агентства, организовать рекламную кампанию.

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
3	Рекламные fashion-агентства: суть, виды, структура, проведение рекламных исследований в индустрии моды	<u>Доклады:</u> 1. Особенности рекламных кампаний люксовых брендов. 2. Социальная ответственность бренда в моде. 3. Формирование имиджа модного дома средствами массовой коммуникации.
4	Основные сферы PR-деятельности и технологии паблик рилейшн в модной индустрии	<u>Ситуационная задача:</u> Ознакомьтесь с типологией PR-технологий, предложенных в работах А.Н. Чумикова, В.Ф. Кузнецова, Б.Л. Борисова. Составьте сравнительную таблицу предложенных подходов. Выберите наиболее удачную и эффективную типологию для модной индустрии на Ваш взгляд, подберите соответствующие примеры модных брендов и будьте готовы отстаивать свои доводы.
5	Организация и проведение PR-кампаний в fashion-индустрии, взаимодействие со средствами массовой информации (медиарилейшнз)	<u>Творческое задание:</u> Организация работы над творческим заданием: обучающиеся группы делятся на равные подгруппы и выполняют совместное задание. Работа оценивается преподавателем после выполнения заданного творческого задания. Цель и содержание творческого задания: выбрать реально существующий модный бренд, по предлагаемому формам разработать и организовать план PR-кампании от имени собственного fashion-агентства, подготовить модель взаимодействия со средствами массовой информации.

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

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

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. Доклад не подготовлен.		2
Ситуационная задача	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		4
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».		3
	Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Творческое задание	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/		4

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	инструментов (в части обоснования);		
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».		3
	Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Собеседование	Обучающийся продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		4
	Обучающийся слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.		3
	Обучающийся не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Зачет: в устной форме по вопросам	1. Подходы к определению термина «реклама». 2. Цели и задачи связей с общественностью fashion-индустрии.

	3. Роль рекламы в современном fashion-пространстве. 4. Функции связей с общественностью. 5. Основные цели и задачи рекламы в индустрии моды. 6. Основные этапы становления и развития связей с общественностью в модной индустрии. 7. Требования к рекламе fashion-индустрии. 8. Формы PR-деятельности в индустрии моды. 9. Экономические и коммуникативные цели рекламы. 10. Специальные PR-мероприятия fashion-индустрии.
--	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Зачет: в устной форме по вопросам	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 самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;		4

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	– недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой. В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.		
	Обучающийся: – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые. 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.		3
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		2

5.5. Примерные темы курсовой работы: не предусмотрены.

5.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы: не предусмотрены.

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
- ситуационные задачи		2 – 5
- доклад		2 – 5
- творческое задание		2 – 5
- практическое задание		2 – 5
Промежуточная аттестация: собеседование		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
Итого за семестр: зачет		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов	отлично зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно зачтено (удовлетворительно)	
0 – 40 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр художественных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);

- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпус 6	
Аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
Аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
Читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет»

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

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

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

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/ п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год изда ния	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
9.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Ильина, Е.Н.	Рекламный менеджмент в индустрии моды	Учебник	М.: Инфра-М, 2019. – 224 с.	2019		
2	Рожков, И.Я.	Брендинг. Учебник для бакалавров	Учебник	М.: Юрайт, 2016. – 56 с.	2016	https://clck.ru/3LwDg2	
9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Тарнавская, Е.В.	PR в индустрии моды: учебное пособие	Учебно- методическое пособие	М.: МГУДТ, 2012. – 120 с.	2012		
9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Баймешова, С.П. Мореева, Е.В.	Подготовка и защита курсовых работ: учебно- методическое пособие	Учебно- методическое пособие	М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2025. – 110с.	2025	ИСИ	10

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	ЭБС ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru
5.	ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com/ .
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Web of Science http://webofknowledge.com/
2.	Scopus http://www.Scopus.com/
3.	Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/
4.	«SpringerNature» http://www.springernature.com/gp/librarians Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/ Платформа Nature: https://www.nature.com/ База данных Springer Materials: http://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols: http://www.springerprotocols.com/ База данных zbMath: https://zbmath.org/ База данных Nano: http://nano.nature.com/

11.2. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

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

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