

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:55:59
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 (майноу).

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
учетом современных тенденций и специфики отрасли	ИД-ДПК-18.4 Предложение творческого решения в рамках реализации рекламной кампании модного бренда	профессии, дальнейшего роста и развития профессиональной деятельности Умение выявлять и применять инструменты создания и организации рекламных кампаний в индустрии моды с учетом современных тенденций и специфики отрасли Способность применять методы и приемы рекламной кампании для организации продвижения брендов в индустрии моды, а также реализовывать творческие решения в рамках реализации кампании модного бренда

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	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	зачет	96	16	32				48	
Всего:		96	16	32				48	

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (заочная форма обучения) не предусмотрена

Структура и объем дисциплины								
Объем дисциплины по семестрам	ом	еж	уто	чи	ой	все го, час	Контактная аудиторная работа, час	Самостоятельная работа обучающегося, час

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

3.3. 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