

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.03.02 Творческие аспекты PR-деятельности

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Связи с общественностью

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.О.03.02 «Творческие аспекты PR-деятельности» является формирование представления у обучающихся о творческой составляющей PR-деятельности, технологиях и формах его осуществления, об использовании креативных методологий для принятия творческих решений в PR, а также для реализации творческого подхода в процессе взаимодействия субъектов PR-деятельности.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- дать представление о существующих креативных технологиях в PR;
- познакомить обучающихся с наиболее популярными формами реализации нестандартных PR-активностей;
- научить обучающихся использовать методики для развития креативного мышления;
- дать детальное представление о составных частях политического PR, имиджологии, спин-технологиях, избирательных технологиях, прямой и косвенной рекламе;
- научить обучающихся осуществлять творческий подход к организации работы PR-отдела;
- выработать навыки создания креативной информации, а также навыки нестандартного распространения информации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.03.02 «Творческие аспекты PR-деятельности» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
		ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.
		ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
		ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.
		ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
		ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций.
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
		ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.
		ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
		ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
		ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.03.02 «Творческие аспекты PR-деятельности» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО (вариативная компонента).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.03.02 «Творческие аспекты PR-деятельности».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.03.02 «Творческие аспекты PR-деятельности» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и	Основы теории коммуникации. Основы речевой коммуникации. Иностранный язык. Русский язык как иностранный. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе.	Преддипломная практика.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	иностранных языков, особенностями иных знаковых систем.	Основы интегрированных коммуникаций в PR. Литературное редактирование медиатекстов. Практика интегрированных коммуникаций (мастерская). Знаковые системы в дизайне.	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	История. Политология. Правоведение. Социология. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Литературное редактирование медиатекстов.	Преддипломная практика.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Искусство. История. История кинематографа. Литература. Литературное редактирование медиатекстов. Мировая художественная культура. Бренд-коммуникации.	Преддипломная практика.
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по	Бренд-коммуникации. Введение в специальность. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Организация работы PR-отделов. Теория и практика массовой информации.	Преддипломная практика.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	информационным ресурсам).		
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	<p>Индустрия маркетинговых услуг. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Информационные технологии в рекламе и PR. Маркетинг на B2C рынке. Организация работы PR-отделов. Теория и практика массовой информации.</p>	Преддипломная практика.
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	<p>История рекламы и связей с общественностью. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Информационные технологии в рекламе и PR. Нестандартные рекламные и PR-технологии. Организация работы PR-отделов. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Разработка рекламной идеи. Реклама в современном мире. PR в современном мире. Теория и практика массовой информации. Технологии PR-</p>	Преддипломная практика.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
		мероприятий.	

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.03.02 «Творческие аспекты PR-деятельности» составляет 2 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3...	7
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34	-	-	-	34
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17	-	-	-	17
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	-	-	-	17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20	-	-	-	20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18	-	-	-	18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	-	-	72
	зач.ед.	2	-	-	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. ТВОРЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.	<i>Тема 1.1. Креативные процессы в PR-деятельности. Соотношение понятий «креатив» и «творчество». Консервативный и креативный подходы к PR. Зарождение креативного PR на российском рынке. Особенности креативных коммуникаций с целевыми сегментами общественности. Отрасли, в которых отдается предпочтение креативу в PR. Творческий PR в онлайн-среде. Творческий PR в офлайн-среде.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 1.2. Нестандартные технологии PR-коммуникаций в сфере масс-медиа. Технология мгновенной толпы flashmob. Использование технологии striking. Распространение вирусных видео в интернете. Технология дополненной реальности в PR. Размещение рекламных сообщений на людях как часть корпоративной коммуникации. Вирусные флеш-игры. Использование технологии «из уст в уста» в digital PR. Креативный event-маркетинг как технология для выстраивания</i>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>PR-коммуникаций. Технология корпоративного блоггинга. Стрит арт как технология PR.</p>	
	<p><i>Тема 1.3. Нестандартные формы PR-коммуникаций в сфере масс-медиа.</i> Нестандартные подходы к распространению пресс-релизов. Использование блогов и эмбиент-медиа. Креативный копирайтинг: бэкграундер, кейс, занимательная статья, имиджевое интервью, пресс-кит, ньюслиф, пресс-релиз, поздравление, приглашение, меморандум. Использование креативного подхода к информации: PR-информация, имиджевая информация, промоционная информация. Создание историй: легенды и слухи. Социальные проекты. Кейс благотворительного фонда «Старость в радость». Корпоративные медиа. Кейс «Корпоративный блог компании «Эвотор» «Жиза».</p>	ЛК, СЗ
	<p><i>Тема 1.4. Нестандартные формы PR-коммуникаций в сфере event-маркетинга.</i> Пресс-мероприятия: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур. Деловые мероприятия: конференция, семинары, мастер-классы, круглый стол. Специальные нестандартные PR-мероприятия: презентация, экспозиция, выставка, запуск объекта, торжественные мероприятия, спортивные мероприятия, экскурсии.</p>	ЛК, СЗ
<p>Раздел 2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ МЕТОДОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ И ЕГО ДАЛЬНЕЙШЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.</p>	<p><i>Тема 2.1. Латеральное мышление.</i> Разрыв существующих паттернов мышления. Реконструкция паттернов через «плюс, минус, интересно». Уход в абстракцию с целью генерации большего количества коммуникационных идей. Провокация как возможность нарушения ожидаемой логической цепочки фантазии за счет абсурдных вводных данных. Правила латерального мышления. Правило «фокусировка на задаче - решение». Генерирование латерального разрыва с помощью метода провокации. Установление связи через способ перехода.</p>	ЛК, СЗ
	<p><i>Тема 2.2. Дизайн-мышление.</i> Дизайн-мышление как экстремальная методология с прикладной ориентацией. Инструмент испытаний: сценарий пользователя. Подъем-спад. Кейс Enchroma: очки для людей, которые не различают цвета. Кейс пресс-</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>службы государственных британских органов: совершенствование коммуникаций с аудиторией с помощью дизайн-мышления.</p>	
	<p><i>Тема 2.3. Коммуникационное мышление.</i> Большая идея: форма, драма, польза. Влияние формы большой идеи на систему взаимодействия с человеком. Кейс «Шнур». Кейс «Закрытый летний клуб мексиканских поваров». Драма как способ вызвать сопереживание за счет обострения внутренних и внешних конфликтов. Фундаментальные элементы драмы: потребность и барьер. Польза как способ накопления капиталов. Капиталы: экономические, социальные, физиологические, символические, временные, политические, административные, политические, профессиональные, культурные. Репутация и статус как символический капитал. Политическое влияние как политический капитал. Карьерный рост как административный капитал. Связи и знакомства как социальный капитал. Кейс Nike: сообщество сильных волей.</p>	ЛК, СЗ
	<p><i>Тема 2.4. Теория решения изобретательских задач.</i> ТРИЗ как частично алгоритмизированный креативный процесс. Креативный процесс как решение противоречий с помощью множества инструментов управления системами. Система как источник противоречий. Разрешение противоречия: административное, техническое, физическое. Идеальный конечный результат. Идеальная система.</p>	ЛК, СЗ
	<p><i>Тема 2.5. Принятие креативных решений в PR.</i> Свойство символической выразительности. Мифологизированные креативные решения. Символы и метафоры. Значение факта. Выражение ценностей в PR. Кейс «Ежегодные календари Lavazza».</p>	ЛК, СЗ
<p>Раздел 3. КРЕАТИВ В КОНТЕКСТЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ PR-СПЕЦИАЛИСТОВ.</p>	<p><i>Тема 3.1. Креативный подход к управлению PR-командой.</i> Использование в практической деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью нестандартных коммуникационных технологии. Работа с творческим коллективом. Творчество и творческая группа. Творческий работник и творческий руководитель. Сплочение</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>творческой команды: материальные потребности, потребности в единстве, потребность в самовыражении.</p> <p><i>Тема 3.2. Использование креативного подхода в процессе коллективной творческой PR-деятельности.</i> Открытое и критическое мышление. Открытое мышление как эмоциональный и интуитивный процесс. Техники открытого мышления. Мозговой штурм. Упорядочивание. Метод «Мицубиси». Блокнот идей. Техники критического мышления. Критическое мышление как рациональный процесс. Ориентация на прикладную реализацию идеи, функциональность. Ориентация на политические и экономические реалии. Алгоритм креативного процесса: информация, инкубация, озарение, интеграция, иллюстрация. Структурированная мозговая атака. Техника номинальной группы. Генерация идеи. Обмен идеями. Развитие идей. Выбор лучшего результата. Пересмотр принятых решений. Окончательное голосование. Уровень компетенций и креативность.</p>	ЛК, СЗ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	техническими средствами мультимедиа презентаций.	ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ____ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Дымова С.С. Введение в рекламу и PR: учебное пособие: / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин; Институт бизнеса и дизайна. – М.: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919>

2. Интернет-реклама и PR: методические указания к практическим занятиям для обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» : методическое пособие: / сост. М.С. Круглова. – Сочи: Сочинский государственный

университет, 2020. – 42 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618179>

3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

Дополнительная литература:

1. Бос Э. Как развивать креативность. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.
2. Галумов Э.А. Основы PR. – М., 2004.
3. Горев П.М., Утемов В.В. Научное творчество. Практическое руководство по развитию креативного мышления. Знакомство с элементами. - М.: ТРИЗ Книжный дом "Либроком", 2013.
4. Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами рекламы и PR. – М.: Экономистъ, 2006.
5. Юдина Е. Креативное мышление в PR (в системе формирования социокультурных связей и отношений). - М.: РИП-Холдинг, 2007.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- базы данных Ассоциации менеджеров России;
- база данных по бизнесу и экономике Business Source Complete;
- информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН;
- книжные коллекции издательства «SPRINGER»;
- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине Б1.О.03.02 «Творческие аспекты PR-деятельности».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.О.03.02 «Творческие аспекты PR-деятельности» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Творческие аспекты PR-деятельности» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=727163>.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.