

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.06.2022 17:00:28
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18e

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

Институт мировой экономики и бизнеса

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.22.02 Творческие аспекты PR-деятельности

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН 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)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.О.02.22.02 «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.02.22.02 «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	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.
		ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
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	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	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>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.</p> <p>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или 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.</p> <p>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.</p>

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.02.22.02 «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.02.22.02 «Творческие аспекты PR-деятельности».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.22.02 «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 иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<p>Основы теории коммуникации. Основы речевой коммуникации. Иностранный язык. Русский язык как иностранный. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Литературное редактирование медиатекстов. Практика интегрированных коммуникаций (мастерская). Знаковые системы в дизайне.</p>	Преддипломная практика.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	<p>История. Политология. Правоведение. Социология. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Литературное редактирование медиатекстов.</p>	Преддипломная практика.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)	<p>Искусство. История. История кинематографа. Литература. Литературное редактирование медиатекстов. Мировая художественная культура.</p>	Преддипломная практика.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	коммуникационных продуктов.	Бренд-коммуникации.	
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).	Бренд-коммуникации. Введение в специальность. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Организация работы PR-отделов. Теория и практика массовой информации.	Преддипломная практика.
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).	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.	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	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.	Преддипломная практика.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	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-мероприятий.	

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.02.22.02 «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>	29	-	-	-	29
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9	-	-	-	9
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-	Тема 1.1. Креативные процессы в PR-деятельности. Соотношение понятий	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.	«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>Тема 1.2. Нестандартные технологии PR-коммуникаций в сфере масс-медиа.</i> 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 PR-коммуникаций. Технология корпоративного блоггинга. Стрит арт как технология PR.	ЛК, СЗ
	<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».	ЛК, СЗ
	<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	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	мероприятия, спортивные мероприятия, экскурсии.	
Раздел 2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ МЕТОДОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ И ЕГО ДАЛЬНЕЙШЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.	<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 пресслужбы государственных британских органов: совершенствование коммуникаций с аудиторией с помощью дизайн-мышления.</p>	ЛК, СЗ
	<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 накапливания 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</i></p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p><i>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>	
	<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
Раздел 3. КРЕАТИВ В КОНТЕКСТЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ PR-СПЕЦИАЛИСТОВ.	<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 творческой команды: материальные потребности, потребности в единстве, потребность в самовыражении.</p>	ЛК, СЗ
	<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 идей. Обмен идеями. Развитие идей. Выбор лучшего результата. Пересмотр принятых решений. Окончательное голосование. Уровень компетенций и</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	креативность.	

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

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 техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры 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

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
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.02.22.02 «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.02.22.02 «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/course/view.php?id=12323#section-0>.

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

Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«__» _____ 20__ г.,

протокол № _____

Заведующий кафедрой

_____ Н.В. Трубникова

(подпись)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

«Творческие аспекты PR-деятельности»

(42.03.01) «Реклама и связи с общественностью»

«Связи с общественностью»

Квалификация «бакалавр»

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Творческие аспекты PR-деятельности»

Направление: (42.03.01) Реклама и связи с общественностью

Код индикатора контролируемой компетенции	Контролируемый раздел дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения дисциплины)				Баллы темы	Баллы раздела
			Аудиторная работа		Самостоятельная работа			
			Контрольная работа	Работа на занятии	Реферат	Итоговый тест (аттестационное)		
ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3;	ТВОРЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	Тема 1.1. Креативные процессы в PR-деятельности.	2	2	3	3	10	40
		Тема 1.2. Нестандартные технологии PR-коммуникаций в сфере масс-медиа.	2	2	3	3	10	
		Тема 1.3. Нестандартные формы PR-коммуникаций в сфере масс-медиа.	2	2	3	3	10	
		Тема 1.4. Нестандартные формы PR-коммуникаций в сфере event-маркетинга.	2	2	3	3	10	
ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ МЕТОДОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ И ЕГО ДАЛЬНЕЙШЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В PR-	Тема 2.1. Латеральное мышление.	2	2	3	3	10	48
		Тема 2.2. Дизайн-мышление.	2	2	3	3	10	
		Тема 2.3. Коммуникационное мышление.	2	2	3	3	10	
		Тема 2.4. Теория решения изобретательских задач.	2	2	3	3	10	
		Тема 2.5. Принятие креативных решений в PR.	2	2	2	2	8	
ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	КРЕАТИВНОСТИ В В КОН	Тема 3.1. Креативный подход к управлению PR-командой.	1	1	2	2	6	12

	Тема 3.2. Использование креативного подхода в процессе коллективной творческой PR-деятельности.	1	1	2	2	6	
	Всего	20	20	30	30	100	100

Балльно-рейтинговая система оценки знаний по дисциплине

Система оценки знаний по дисциплине осуществляется по 100-балльной системе и включает оценку учебной деятельности студента по следующим параметрам:

- контрольная работа;
- работа на занятии: конспект лекций;
- реферат;
- выполнение итоговой аттестации (тест).

100 баллов, которые за семестр может набрать студент, распределяются следующим образом:

№ п/п	ВИД УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ	БАЛЛЫ
1.	Контрольная работа	20 баллов
2.	Работа на занятии: конспект лекций	20 баллов
3.	Реферат	30 баллов
4.	Итоговое аттестационное испытание по дисциплине (тест)	30 баллов
	Всего:	100 баллов

В процессе освоения программы применяются следующие виды контроля: текущий, рубежный, промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме контрольной работы.

Рубежный контроль осуществляется с помощью реферата. Результат рубежной аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

Промежуточный контроль проводится в форме зачета с оценкой с целью проверки уровня полученных знаний. Максимальная оценка за промежуточную аттестацию – 30 баллов.

Условия прохождения курса и получения зачета с оценкой

К зачету с оценкой допускаются студенты, полностью выполнившие программу курса обучения по дисциплине «Творческие аспекты PR-деятельности». Зачет с оценкой проходит в письменной форме (тест по всем темам курса, содержащий 30 вопросов) За каждый правильный ответ итогового теста студент получает 1 балл. Продолжительность письменного зачета с оценкой – 90 минут. В некоторых случаях по усмотрению преподавателя зачет с оценкой может проводиться в устной форме. Результат зачета с оценкой выражается количеством баллов, набранных студентом.

Уровень освоения студентами дисциплины, в целом, соответствует оценкам по традиционной шкале оценок и по шкале ECTS (A(5+); B(5); C(4); D(3+); E(3); FX(2+); F(2)).

Соответствие систем оценок (используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости).

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95 – 100	Отлично – 5	A (5+)
86 – 94		B (5)
69 – 85	Хорошо – 4	C (4)
61 – 68	Удовлетворительно – 3	D (3+)
51 – 60		E (3)
31 – 50	Неудовлетворительно – 2	FX (2+)
0 – 30		F (2)
51 - 100	Зачет	Passed

Описание оценок ECTS

A	“Отлично” – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к
----------	---

	максимальному.
В	“Очень хорошо” – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.
С	“Хорошо” – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
Д	“Удовлетворительно” – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
Е	“Посредственно” – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.
FX	“Условно неудовлетворительно” – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.
Ф	“Безусловно неудовлетворительно” – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

Положительными оценками, при получении которых курс засчитывается обучаемому в качестве пройденного, являются оценки А, В, С, D и Е.

1. Раздел дисциплины «Творческие аспекты PR-деятельности» считается освоенным, если студент набрал более 50 % от возможного числа баллов по этому разделу.
2. Студент не может быть аттестован по дисциплине, если он не освоил все темы и разделы дисциплины, указанные в сводной оценочной таблице дисциплины.

3. По решению преподавателя и с согласия студентов, не освоивших отдельные разделы (темы) изучаемой дисциплины, в течение учебного семестра могут быть повторно проведены мероприятия текущего контроля успеваемости или выданы дополнительные учебные задания по этим темам или разделам. При этом студентам за данную работу засчитывается минимально возможный положительный балл (51 % от максимального балла).
4. При выполнении студентом дополнительных учебных заданий или повторного прохождения мероприятий текущего контроля, полученные им баллы засчитываются за конкретные темы. Итоговая сумма баллов не может превышать максимального количества баллов, установленного по данным темам (в соответствии с приказом Ректора № 564 от 20.06.2013). По решению преподавателя предыдущие баллы, полученные студентом по учебным заданиям, могут быть аннулированы.
5. График проведения мероприятий текущего контроля успеваемости формируется в соответствии с календарным планом курса. Студенты обязаны сдавать все задания в сроки, установленные преподавателем.
6. Время, которое отводится студенту на выполнение мероприятий текущего контроля успеваемости, устанавливается преподавателем.
7. Использование источников (в том числе конспектов лекций) во время выполнения контрольных мероприятий не разрешается.
8. Отсрочка в прохождении мероприятий текущего контроля успеваемости считается уважительной только в случае болезни студента, что подтверждается наличием у него медицинской справки, заверенной круглой печатью в поликлинике № 25, предоставляемой преподавателю не позднее двух недель после выздоровления. В этом случае выполнение контрольных мероприятий осуществляется после выздоровления студента в срок, назначенный преподавателем. В противном случае, причина отсутствия студента на контрольном мероприятии признается неуважительной.
9. Студент допускается к итоговому контролю знаний с любым количеством баллов, набранных в семестре, но при условии, что у студента имеется теоретическая возможность получить за весь курс не менее 31 балла.
10. По результатам итогового контроля знаний (теста) студент может набрать максимально 30 баллов.
11. Если в итоге за семестр студент получил менее 31 балла, то ему выставляется оценка F и студент должен повторить эту дисциплину в установленном порядке. Если же в итоге студент получил 31-50 баллов, т. е. FX, то студенту разрешается добор необходимого (до 51) количества баллов путем повторного одноразового выполнения предусмотренных контрольных мероприятий, при этом по усмотрению преподавателя аннулируются соответствующие предыдущие результаты.
12. Ликвидация задолженностей проводится в период, установленный деканатом ИМЭБ.

1. Комплект примерных тестовых заданий для проведения итоговой аттестации по дисциплине «Творческие аспекты PR-деятельности»

ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

Примеры тестовых заданий

1. Что применяется в PR для влияния на общественное мнение?

- а) информация;**
- б) законодательные акты;
- в) коммерческие организации;
- г) подручные средства.

2. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

- а) Деном Форрестолом;
- б) Томасом Джефферсоном;**
- в) Джоржем Бушем младшим;
- г) Семом Блейком.

3. PR – это:

- а) оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга;
- б) формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность;
- в) особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью;**
- г) деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации.

**4. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:
Выбор единственно правильного ответа**

- а) телевидение;
- б) филиалы организации на местах;**
- в) телеграфное агентство;
- г) радио.

5. Что из перечисленного ниже не является видом PR материалов для публикации в прессе:

- а) новостной релиз;
- б) пресс-релиз;
- в) стрингер;**
- г) медиа-кит.

Критерии оценки итоговой тестовой работы (зачета)

Зачет является заключительным этапом процесса формирования компетенций студента при изучении дисциплины или её части и имеет целью проверку и оценку знаний студентов по теории и применению полученных знаний, умений и навыков.

Зачет проводится по расписанию, в сроки, предусмотренные календарным графиком учебного процесса. Расписание промежуточного контроля доводится до сведения студентов не менее чем за две недели до начала экзаменационной сессии.

Студент получает 30 вопросов из базы данных (или в письменной форме). При тестировании в ТУИС набор вопросов формируется случайным образом.

Максимальная оценка за промежуточную тестовую работу (зачет) – 30 баллов.

Результат зачета выражается количеством правильно отвеченных вопросов и оценивается количеством баллов, набранных студентом.

Критерии оценки:

Каждый вопрос содержит от один верный ответ.

Верные ответы оцениваются в 1 балл.

Неверные ответы оцениваются в 0 баллов.

Максимальная оценка за тест — 30 баллов.

Компетенции:

Тестовые задания направлены на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

2. Список примерных тем для подготовки рефератов по дисциплине «Творческие аспекты PR-деятельности»

1. Консервативный и креативный подходы к PR.
2. Зарождение креативного PR на российском рынке.
3. Особенности креативных коммуникаций с целевыми сегментами общественности.
4. Творческий PR в онлайн-среде. Творческий PR в офлайн-среде.
5. Технология мгновенной толпы flashmob.
6. Использование технологии striking.
7. Распространение вирусных видео в интернете.
8. Технология дополненной реальности в PR.
9. Размещение рекламных сообщений на людях как часть корпоративной коммуникации.
10. Вирусные флеш-игры.
11. Использование технологии «из уст в уста» в digital PR.
12. Креативный event-маркетинг как технология для выстраивания PR-коммуникаций.
13. Технология корпоративного блоггинга.
14. Стрит-арт как технология PR.
15. Нестандартные подходы к распространению пресс-релизов.
16. Использование блогов и эмбиент-медиа.
17. Креативный копирайтинг: бэкграундер, кейс, занимательная статья, имиджевое интервью, пресс-кит, ньюслиф, пресс-релиз, поздравление, приглашение, меморандум.
18. Использование креативного подхода к информации: PR-информация, имиджевая информация.
19. Создание историй: легенды и слухи.
20. Социальные проекты.
21. Корпоративные медиа.

Компетенции:

Реферат направлен на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

Критерии оценки

Реферат оценивается от 0 до 30 баллов:

Критерии оценки	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Реферат выполнен в срок	0	-	3
Реферат логично выстроен, четко структурирован, объем соответствует требуемому	0	-	3
Реферат оформлен в соответствии с требованиями	0	-	3
Студентом корректно оформлены заимствования	0	-	3
В реферате указана актуальная информация	0	1,5	3
Студентом представлены объективные проверенные научные источники информации	0	1,5	3
Студентом представлены относительно глубокие суждения и выводы	0	1	2
Реферат отражает основные идеи, сформулированные в источниках	0	1	2
Студент сопоставляет данные нескольких источников, выявляет связи между ними, проводит сравнение, обобщение, классификацию	0	1	2

Студент представляет информацию кратко и информативно	0	1	2
Студент использует собственные формулировки для представления информации	0	1	2
Формулировки студента не искажают смыслы, изложенные в источниках	0	1	2

3. Комплект примерных вопросов для проведения контрольной работы по дисциплине «Творческие аспекты PR-деятельности»

ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

Экономического факультета

1. Пресс-мероприятия: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур.
2. Деловые мероприятия: конференция, семинары, мастер-классы, круглый стол.
3. Специальные нестандартные PR-мероприятия: презентация, экспозиция, выставка, запуск объекта, торжественные мероприятия, спортивные мероприятия, экскурсии.
4. Разрыв существующих паттернов мышления.
5. Реконструкция паттернов через «плюс, минус, интересно».
6. Уход в абстракцию с целью генерации большего количества коммуникационных идей.
7. Провокация как возможность нарушения ожидаемой логической цепочки фантазии за счет абсурдных вводных данных.
8. Правила латерального мышления.
9. Правило «фокусировка на задаче - решение».
10. Генерирование латерального разрыва с помощью метода провокации.
11. Установление связи через способ перехода.
12. Дизайн-мышление как экстремальная методология с прикладной ориентацией.
13. Инструмент испытаний: сценарий пользователя.
14. Подъем-спад.
15. Большая идея: форма, драма, польза.

16. Влияние формы большой идеи на систему взаимодействия с человеком.
17. Драма как способ вызвать сопереживание за счет обострения внутренних и внешних конфликтов.
18. Фундаментальные элементы драмы: потребность и барьер.
19. Польза как способ накапливания капиталов.
20. Капиталы: экономические, социальные, физиологические, символические, временные, политические, административные, политические, профессиональные, культурные.
21. Репутация и статус как символический капитал.
22. Политическое влияние как политический капитал.
23. Карьерный рост как административный капитал.
24. Связи и знакомства как социальный капитал.

Критерии оценки контрольной работы

Контрольная работа проводится по расписанию в сроки, предусмотренные календарным графиком учебного процесса.

Студент получает 4 вопроса.

Каждый вопрос оценивается от 0 до 5 баллов. Максимальная оценка за контрольную работу – 20 баллов.

Результат контрольной работы выражается количеством правильно отвеченных вопросов и оценивается количеством баллов, набранных студентом.

Баллы	Критерий оценки
0	Обучающийся не ответил на вопрос или ответ полностью неверен.
2,5	Обучающийся дал верный, достаточно полный ответ, раскрывающий основные положения вопроса.
5	Обучающийся дал верный, развернутый, четкий и хорошо структурированный ответ, полностью раскрывающий вопрос.

Компетенции:

Контрольная работа направлена на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

4. Критерии оценки конспектов лекций по дисциплине «Творческие аспекты PR-деятельности»

Максимальное количество баллов – 20.

Темы 1 – 9 оцениваются в 2 балла, за конспект одной лекции 1 темы.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	0,5 балла
	Адекватность фиксации материала	0,5 балла
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции отражены в конспекте	1 балл

Темы 10 – 11 оцениваются в 1 балл за конспект одной лекции 1 темы.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	0,2 балла
	Адекватность фиксации материала	0,3 балла
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции отражены в конспекте	0,5 балла

Компетенции:

Конспект лекций направлен на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.