

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о документе  
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 05.04.2023  
Уникальный программный ключ:  
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### **Ф.03 «PR-технологии в дизайне»**

Направление подготовки:

**54.03.01 «Дизайн»**

Направленность (профиль):

**«Промышленный дизайн»**

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «PR-технологии в дизайне» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1015.

Составители:

старший преподаватель  
(ученая степень, ученое звание)

Д. С. Калинина  
(ФИО)

РПД обсуждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки»  
30.08.2023 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой

д. с. н., доцент  
(уч. степень, уч. звание)

С. В. Явон  
(ФИО)

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## 1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности.

## 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
<p><b>ОПК-5.</b> Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>	<p><b>ИОПК-5.1.</b> Создает необходимое информационное поле в ходе работы над дизайн-проектом, используя эффективные методы и средства коммуникаций</p> <p><b>ИОПК-5.2.</b> Участствует в деятельности профессионального сообщества, направленной на повышение творческого потенциала отрасли</p> <p><b>ИОПК-5.3.</b> Осуществляет презентацию результатов исследовательской и проектной деятельности в соответствии с актуальными отраслевыми требованиями</p>	<p><b>Знает:</b> основы PR-технологий в профессиональной деятельности</p> <p><b>Умеет:</b> анализировать информацию, необходимую в профессиональной деятельности; обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений с учетом PR-технологий</p> <p><b>Владеет:</b> - навыками визуальной культуры, художественно-образного и аналитического мышления в профессиональной деятельности; - навыками экспериментального развития PR-технологий; - навыками презентаций результатов PR-деятельности в соответствии с актуальными отраслевыми требованиями</p>	
<p><b>ОПК -6.</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p><b>ИОПК-6.1.</b> Понимает роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; знает современные информационные технологии и программные средства, возможности их использования профессиональной деятельности</p> <p><b>ИОПК-6.2.</b> Применяет современные информационные технологии и программные средства при решении задач профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знает:</b> компьютерное программное обеспечение, используемое в PR основы работы мультимедийного ПО, необходимого в PR-деятельности</p> <p><b>Умеет:</b> применять мультимедийные технологии для реализации PR- и дизайн-проектов в профессиональной деятельности</p> <p><b>Владеет:</b> навыками использования мультимедиа при решении PR-задач в профессиональной деятельности</p>	

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам программы бакалавриата (Ф.00 Факультативные дисциплины).

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **2 з.е. (72 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
<b>Общая трудоемкость дисциплины, час</b>	<b>72</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:</b>	<b>30 / 8</b>
занятия лекционного типа (лекции)	12 / 4
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	18 / 4
<b>Самостоятельная работа всего, в т.ч.:</b>	<b>42 / 60</b>
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	42 / 60
<b>Контроль (часы на зачет)</b>	<b>0 / 4</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>зачет</b>

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной и очно-заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

### 3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Практические занятия, час		
ОПК-5: ИОПК-5.1., ИОПК-5.2., ИОПК-5.3.; ОПК-6: ИОПК-6.1., ИОПК-6.2.	<b>Тема 1. Теоретико-исторические и нормативно-правовые основы PR.</b> Эволюция развития PR. Связи с общественностью: понятие и виды. Задачи, принципы, функции, субъекты PR. Правовые основы регулирования отношений в сфере PR. Международные PR-ассоциации. Паблик рилейшнз и близкая к ним деятельность.	4 / 1			Сообщение / презентация. Практическое задание. Индивидуальная работа.
	<b>Практическое занятие 1.</b> Теоретико-исторические и нормативно-правовые основы PR.		4 / 2		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			15 / 20	
ОПК-5: ИОПК-5.1., ИОПК-5.2., ИОПК-5.3.; ОПК-6: ИОПК-6.1., ИОПК-6.2.	<b>Тема 2. Организационно-технологические основы PR.</b> PR-общественность организации: сущность, типология групп, целевые и приоритетные группы. Особенности работы с разными группами общественности. Мнение общественности и установка. Изучение общественного мнения. PR-служба: структура и функции. Внешний консалтинг. Оценка PR-деятельности. Этика и PR: этические кодексы, требования к PR-специалисту.	4 / 1			Сообщение / презентация. Практическое задание. Индивидуальная работа.
	<b>Практическое занятие 2.</b> Организационно-технологические основы PR.		4 / 2		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			15 / 20	
ОПК-5: ИОПК-5.1., ИОПК-5.2., ИОПК-5.3.; ОПК-6: ИОПК-6.1., ИОПК-6.2.	<b>Тема 3. Практические аспекты PR-деятельности в сфере дизайна.</b> Корпоративное позиционирование как основа борьбы за внимание общественности: сущность, разработка. Корпоративные коммуникации как инструмент позиционирования. Нейминг в бизнес-PR. Внутрикорпоративные связи с общественностью: сущность, цели и задачи, методы. Корпоративная культура и внутрикорпоративные связи с общественностью. Инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью. Внешний PR: работа с конкурентами, партнерами, инвесторами, покупателями, клиентами. Создание и поддержание имиджа. Дизайн и PR-технологии: фирменный стиль, брендинг. Создание брэндов и логотипов. Формирование рекламного образа. Реклама товаров и услуг. Организация рекламных кампаний, раскрутка товаров и услуг. Спонсорство и фандрайзинг. Паблик рилейшнз в международной сфере.	4 / 2			Сообщение / презентация. Практическое задание. Индивидуальная работа.
	<b>Практическое занятие 3.</b> Практические аспекты PR-деятельности в сфере дизайна.		10 / 4		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			12 / 20	
	<b>ИТОГО</b>	<b>12 / 4</b>	<b>18 / 6</b>	<b>42 / 60</b>	

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной и очно-заочной форм обучения

## **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии**

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- репродуктивные технологии;
- технологии развивающего обучения;
- информационные технологии: Яндекс-документы, Google-документы, Zoom.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

### **4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

### **4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа / на практических занятиях**

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- развитие умений и навыков подготовки и выступления с докладами, сообщениями, презентациями;
- обсуждение вопросов по учебному материалу дисциплины;
- выполнение и анализ практических заданий;

– подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает выполнение практических заданий по всем темам.

#### **4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

- изучение учебной литературы по курсу;
- работу с ресурсами Интернет;
- подготовку к практическим (семинарским) занятиям;
- выполнение практических заданий;
- выполнение индивидуальной работы;
- подготовку к тестированию по темам курса;
- подготовку к промежуточной аттестации по курсу.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

#### Основная литература

1. Гогоадзе, М. Г. Основы PR-технологий : учеб. пособие / М. Г. Гогоадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова ; Балт. гос. тех. ун-т - Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех", 2021. - 222 с. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/220271#1> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-907324-36-7. - Текст : электронный.
2. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учеб. пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2022. - 372 с. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/185976> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-8114-8968-8. - Текст : электронный.
3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR- технологии / П. А. Кузнецов. - 5-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2023. - 130 с. : ил. - Глоссарий. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431607> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05306-1. - Текст : электронный.

#### Дополнительная литература

4. Грачев, А. С. PR-служба компании : практ. пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. - Москва : Дашков и К, 2010. - 159 с. : табл. - (Стратегия успешного бизнеса). - Прил. - ISBN 978-5-394-00576-3 : 159-50. - Текст : непосредственный.
5. Кондакова, Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар : учеб. пособие / Ю. В. Кондакова ; Урал. гос. архитектур.-худож. ун-т. - Екатеринбург : УрГАХУ, 2016. - 96 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/131265> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-7408-0186-5. - Текст : электронный.
6. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования. - Изд. 2-е, доп. и перераб. - Москва : Аспект Пресс, 2008. - 300 с. : ил. - (Учебники для вузов). - ISBN 978-5-7567-0457-0 : 167-20;176-00. - Текст : непосредственный.
7. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз) : учеб. пособие / М. И. Тимофеев. - 4-е изд. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2018. - 192 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/read?id=372209> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00534-7 (РИОР). - 978-5-16-103204-6 (ИНФРА-М online). - Текст : электронный.
8. Учебно-методический комплекс по дисциплине "Реклама и PR-технологии в индустрии моды" : для студентов направления подгот. 43.03.01 "Сервис" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), Каф. "Упр. качеством и технологии в сервисе" ; сост. Г. В. Радюхина. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2016. - 1,11 МБ, 96 с. - URL: [http://elib.tolgas.ru/publ/Radyuhina\\_UMK\\_Rekl\\_i\\_PR\\_tehn\\_v\\_ind\\_mody.pdf](http://elib.tolgas.ru/publ/Radyuhina_UMK_Rekl_i_PR_tehn_v_ind_mody.pdf) (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - 0-00. - Текст : электронный.
9. Учебно-методическое пособие по дисциплине "Современные PR-технологии" : для студентов направления подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), Каф. "Соц.-культур. деятельность" ; сост.: Д. С. Калинина, О. В. Кораблева. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2018. - 454 КБ, 45 с. - URL: [http://elib.tolgas.ru/publ/Metod\\_SPRTb\\_BSO\\_18.05.2018.pdf](http://elib.tolgas.ru/publ/Metod_SPRTb_BSO_18.05.2018.pdf) (дата

обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - 0-00. - Текст : электронный.

## **5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы**

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. – URL : <https://elibrary.ru> (дата обращения: 28.08.2023). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992. - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 28.08.2023). - Текст : электронный.
3. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010. - URL : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
4. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011. – URL : <https://znanium.com/> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
5. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

## **5.3. Программное обеспечение**

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование</b>	<b>Условия доступа</b>
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

## **6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

**Занятия лекционного типа.** Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

**Занятия семинарского типа.** Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

**Промежуточная аттестация.** Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

**Самостоятельная работа.** Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

- компьютерные классы университета;
- библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети «Интернет».

### **Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

## **7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 8.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

#### Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Зачет	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
			70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

**Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень),** если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень),** если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается несформированным,** если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

### Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Сообщение / презентация	6	5	30
Практическое задание	6	10	60
Индивидуальная работа	1	10	10
			<b>100 баллов</b>

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgas.ru/>.

## 8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

### 8.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

#### Примерные темы сообщений / презентаций

#### Практическое занятие 1. Теоретико-исторические и нормативно-правовые основы PR

1. Связи с общественностью: понятие и виды.
2. История развития PR.
3. Роль PR в современном бизнесе.
4. Субъекты PR-деятельности.
5. PR и реклама: общее и особенное.
6. Правовые основы регулирования отношений в сфере PR.

#### Практическое занятие 2. Организационно-технологические основы PR

1. Целевая общественность в PR.
2. Корпоративное позиционирование.
3. Инструменты массовых коммуникаций в сфере бизнеса.
4. Агентства PR: структура, задачи, функции.
5. Корпоративные службы PR.
6. Планирование PR.

#### Практическое занятие 3. Практические аспекты PR-деятельности в сфере дизайна

1. Корпоративная культура и внутрикорпоративные связи с общественностью.
2. Инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью.
3. Внешний PR: работа с клиентами, конкурентами, партнерами, инвесторами.
4. Имидж как объект PR.
5. Фирменный стиль как пересечение дизайна и PR.
6. Брендинг как пересечение дизайна и PR.
7. Создание брэндов и логотипов.
8. Реклама товаров и услуг.
9. Организация рекламных кампаний.
10. Спонсорство и фандрайзинг как инструменты PR.
11. Антикризисный PR.
12. Мультимедийные технологии в PR- и дизайн-проектировании.

#### Примерные практические задания

##### Задание 1.

Новостное позиционирование имеет различные формы, расставьте соответствия.

1. Эксклюзив	а. Исключительная информация, впервые представленная в средствах массовой информации
2. Сенсация	б. В виде подачи события, нарушающего традиционные представления в обществе
3. Интрига	в. Создание загадочного содержания с прозрачными намеками, задевающими чей-то авторитет, мнение в целях создания ситуации конфронтации в обществе

**Задание 2.**

Известно, что на процесс принятия решения о покупке оказывают влияние ряд факторов: рекомендация специалиста, реклама, совет подруги (друга) и пр. Составьте перечень товаров по вашему выбору (в данный перечень должны быть включены как товары повседневного спроса, так и товары предварительного выбора). Общее число товаров должно составлять 10-12 наименований, например, мыло; сигареты; кофе; пиво; аудиоплеер; парикмахерские услуги и др. Затем напротив каждого товара укажите фактор, оказывающий наибольшее влияние при выборе данного товара и услуги.

Проанализируйте полученные результаты. Какой фактор оказывает наибольшее влияние при выборе того или иного товара или услуги?

Формирует ли воздействие этих факторов ваши потребительские предпочтения к конкретной товарной марке?

**Задание 3.**

Эффективный дизайн рекламы помогает продвигать бренд и развивать бизнес. Это одновременно творческий продукт и стратегический инструмент.

Рассмотрите зависимость типов носителей рекламы и дизайна: наружная реклама, полиграфическая, в точках продаж, на телевидении, в социальных медиа и т.д.

**Задание 4.**

«Товарный знак – часть фирменного стиля, его функции многообразны. Для потребителя наличие товарного знака выступает как гарантия высокого качества (обеспечивает надежную гарантию качества)...».

Продолжите характеристику роли и значения товарного знака, попеременно раскрывая гарантирующую, индивидуализирующую, рекламную и охранную функции товарного знака.

**Задание 5.**

Ребрендинг – комплекс мероприятий по изменению бренда (компании или производимого ею товара), либо его составляющих: названия, логотипа, слогана, визуального оформления, с изменением позиционирования. Проводится в русле изменения концептуальной идеологии бренда. Это подразумевает, что в компании (продукте) произошли довольно существенные изменения.

Рассмотрите на конкретных примерах процесс ребрендинга с позиции дизайна и PR.

**Примерные темы индивидуальных работ**

1. Исторические особенности развития PR.
2. Основные организационные структуры PR и их функции.
3. Рабочие мероприятия PR и особенности их использования.
4. Связи с общественностью как одна из функций менеджмента организации.
5. Профессиональная этика PR-специалиста.
6. Цели ведения PR-деятельности. Направления и сферы PR-деятельности.
7. Взаимосвязи и различия между PR и рекламой.
8. Правовое обеспечение связей с общественностью в современной России.
9. Роль общественного мнения в PR-деятельности.
10. Основные неформальные способы регулирования в сфере PR.
11. Традиции как форма влияния в PR-деятельности.
12. Общественное мнение и мораль как инструменты PR-деятельности.
13. Журналисты как особая аудитория в PR-деятельности.
14. PR-деятельность с позиций социокультурной среды.
15. Особенности PR-деятельности по формированию имиджа.
16. Интернет и его особенности в PR-деятельности.

### **8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: *зачет (по результатам накопительного рейтинга или в форме компьютерного тестирования).*

*Устно-письменная форма предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.*

#### **Примерный перечень вопросов к зачету**

(ОПК-5: ИОПК-5.1., ИОПК-5.2., ИОПК-5.3.; ОПК-6: ИОПК-6.1., ИОПК-6.2.)

1. Понятие PR. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность (пресс-посредничество и паблисити, продвижение и реклама, маркетинг и торговля).
2. Деятельность по связям с общественностью как профессиональное занятие. Глобализация в PR-деятельности. Международные ассоциации и организации по связям с общественностью.
3. Подразделения по связям с общественностью в организации, их цели, задачи, направления деятельности.
4. Понятие общественности. Типология групп общественности. Борьба за внимание общественности. Влияние на общественность. Вопросы этики в деятельности по связям с общественностью.
5. Технологии связей с общественностью (организация и проведение конференций, выставок, специальных мероприятий и т.д.).
6. Связи с общественностью в кризисных ситуациях. Причины возникновения кризисных ситуаций и их профилактика. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
7. Понятие «имидж» в сфере связей с общественностью. Составляющие имиджа. Технологии создания и поддержания имиджа организации.
8. PR-деятельность и реклама. Сущность и цели рекламы, основные виды рекламы. Средства распространения рекламы. Подготовка и проведение рекламной кампании.
9. Понятие «рекламный образ». Рекламный образ как объект дизайна и основа PR-деятельности. PR-технологии формирования рекламного образа.
10. Копирайтинг как функция PR. Понятие и особенности PR-текстов. PR-материалы для внутренней и внешней аудитории, правила их подготовки.
11. Понятие «фирменный стиль» организации. Составляющие фирменного стиля. Технологии создания фирменного стиля.
12. Понятие «бренд». Дизайн и PR-технологии в формировании бренда. Взаимосвязь бренда, имиджа и репутации.

#### **Примерный перечень заданий для тестирования**

1. К внутренней среде организации относятся
  - цели, задачи, структура
  - технологии, люди
  - результаты деятельности
2. К внешней среде организации относятся:
  - потребители, поставщики
  - госорганы, состояние экономики
  - вводимые ресурсы
3. Выберите внутренние функции связей с общественностью
  - работа с институтами власти
  - внутрикорпоративные связи с общественностью
  - разработка фирменного стиля
  - создание и продвижение корпоративных СМИ
  - установление и поддержание отношений с партнерами, инвесторами

4. PR-специалист, который за счет применения комплексной системы инструментов, приемов, форм и методов в области PR «лечит» (исправляет) события, являющиеся результатом черного PR

- копирайтер
- спин-доктор
- промоутер

5. PR акция -

- вид деятельности, суть которой в сборе, обработке, хранении и периодическом распространении актуальной общественно значимой информации
- общее направление работы, общественно полезная деятельность или благотворительность
- это эффективный инструмент продвижения проекта любого формата в индустрии питания, гостеприимства и развлечений, который активно поддерживается средствами массовой информации и достигает цели компании по укреплению своего положительного имиджа

6. Профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов

- спичрайтинг
- PR-брендинг
- копирайтинг

7. Что является основным содержанием концепции PR

- PR – совокупные меры по «раскручиванию» торговой марки в целях пробуждения у покупателей чувства потребности, привязанности и признательности фирме за предоставленные товары и услуги
- PR – не навязывание чужой воли другим, а свободное сотрудничество с взаимовыгодными интересами всех партнеров
- PR – это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, которые интегрируют в себе механизм рыночных отношений в обществе с последовательным решением многообразных проблем товарно-денежных отношений

8. Фирма, основной деятельностью которой является оказание PR-услуг сторонним организациям-заказчикам. Является технологическим субъектом PR-деятельности – это

- PR-агентство
- маркетинговое агентство
- рекламное агентство

9. Образ, торговая марка плюс набор эмоциональных ощущений, стереотипов, комплекс представлений о компании – это

- бренд
- логотип
- корпоративная история

10. Растянутые во времени, непрерывные усилия специалистов по связям с общественностью, направленные на достижение долгосрочных целей – это:

- PR-кампания
- PR-акция
- PR-программа