

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.10.2020 14:24
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.04 «PR-технологии в дизайне»

Направление подготовки:

54.03.03 «Искусство костюма и текстиля»

Направленность (профиль):

«Мода и 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 54.03.03 «Искусство костюма и текстиля», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1005.

Составители:

старший преподаватель
(ученая степень, ученое звание)

Д. С. Калинина
(ФИО)

РПД обсуждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки»
25.06.2021 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

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

С. В. Явон
(ФИО)

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета от 29.06.2021 г. Протокол № 16

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
ОПК-5. Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях	ИОПК-5.1. Создает необходимое информационное поле в ходе работы над дизайн-проектом, используя эффективные методы и средства коммуникаций ИОПК-5.2. Участвует в деятельности профессионального сообщества, направленной на повышение творческого потенциала отрасли ИОПК-5.3. Осуществляет презентацию результатов исследовательской и проектной деятельности в соответствии с актуальными отраслевыми требованиями	Знает: основы PR-технологий в профессиональной деятельности Умеет: анализировать информацию, необходимую в профессиональной деятельности; обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений с учетом PR-технологий Владеет: - 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	
ОПК -6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Понимает роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; знает современные информационные технологии и программные средства, возможности их использования профессиональной деятельности ИОПК-6.2. Применяет современные информационные технологии и программные средства при решении задач профессиональной деятельности	Знает: компьютерное программное обеспечение, используемое в PR основы работы мультимедийного ПО, необходимого в PR-деятельности Умеет: применять мультимедийные технологии для реализации PR- и дизайн-проектов в профессиональной деятельности Владеет: навыками использования мультимедиа при решении PR-задач в профессиональной деятельности	

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

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.	Тема 1. Теоретико-исторические и нормативно-правовые основы PR. 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 / -			Сообщение / презентация. Практическое задание. Индивидуальная работа.
	Практическое занятие 1. Теоретико-исторические и нормативно-правовые основы PR.		4 / -		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			15 / -	
ОПК-5: ИОПК-5.1., ИОПК-5.2.,	Тема 2. Организационно-технологические основы PR. PR-общественность организации: сущность,	4 / -			Сообщение / презентация. Практическое

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		
ИОПК-5.3.; ОПК-6: ИОПК-6.1., ИОПК-6.2.	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.				задание. Индивидуаль ная работа.
	Практическое занятие 2. Организационно-технологические основы PR.		4 / -		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			15 / -	
ОПК-5: ИОПК-5.1., ИОПК-5.2., ИОПК-5.3.; ОПК-6: ИОПК-6.1., ИОПК-6.2.	Тема 3. Практические аспекты PR-деятельности в сфере дизайна. 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 / -			Сообщение / презентация. Практическое задание. Индивидуаль ная работа.
	Практическое занятие 3. Практические аспекты PR-деятельности в сфере дизайна.		10 /-		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			12 / -	
	ИТОГО	12 / -	18 / -	42 / -	

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: *Miro, 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: 15.05.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-907324-36-7. - Текст : электронный.
2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 131 с. – Документ read. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232028> (дата обращения: 15.05.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-394-04258-4. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

3. 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.
4. 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: 15.05.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-7408-0186-5. - Текст : электронный.
5. 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.
6. 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: 15.05.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00534-7 (РИОР). - 978-5-16-103204-6 (ИНФРА-М online). - Текст : электронный.
7. 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 (дата обращения: 15.05.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - 0-00. - Текст : электронный.
8. 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 (дата обращения: 15.05.2021). - 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: 13.05.2021). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : сайт. - URL : <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 13.05.2021). - Текст : электронный.
3. Университетская информационная система РОССИЯ : сайт. - URL : <http://uisrussia.msu.ru> (дата обращения: 13.05.2021). - Текст : электронный.
4. Федеральная служба государственной статистики : сайт. - Москва, 1999 - . - URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 13.05.2021). - Текст: электронный.
5. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 13.05.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
6. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . – URL : <https://znanium.com/> (дата обращения 13.05.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
7. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 13.05.2021). - 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:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
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.tolgaz.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
			100 баллов

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