

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

16 сентября 2020 г.



Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Терешина Наталья Петровна, д.э.н., профессор

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Креативные решения в рекламе и связях с общественностью**

Направление подготовки:	<u>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль:	<u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Н.П. Терешина</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 2575  
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна  
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями изучения дисциплины «Креативные решения в рекламе и связях с общественностью» являются освоение теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Знать:

- основы теории рекламного творчества, современных креативных техник и технологий в рекламе;
- методы и приемы активизации творческих идей при создании продукта в области рекламы и связей с общественностью;

- Уметь:

- производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в творческий продукт;
- управлять основными этапами креативного процесса;
- генерировать новые идеи;
- применять на практике полученные теоретические знания.

- Иметь навыки:

- разработки творческих концепций в соответствии с техническим (творческим) заданием для решения творческих задач по разработке коммуникационной стратегии;
- разработки творческих идей по брифу;

- Приобрести опыт:

- в области рекламного творчества, использования технологических приемов и способов осуществления рекламной деятельности в современной социокультурной ситуации.

## **2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Учебная дисциплина "Креативные решения в рекламе и связях с общественностью" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

### **2.1. Наименования предшествующих дисциплин**

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

#### **2.1.1. Теория и практика рекламы и связей с общественностью:**

**Знания:** законы и нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы рекламы; международные и российские кодексы профессиональных и этических принципов в области рекламы; термины, классификацию, схему и участников рекламного процесса; современные рекламные стратегии, особенности рекламных кампаний, основы медиапланирования; проблемы развития отечественного и мирового рынка рекламы, перспективные направления рекламной деятельности; требования к рекламному продукту, его ролевую функцию при воздействии на различные социальные слои, виды рекламы, понятия эффективности рекламы

**Умения:** проводить исследования с помощью разных методик (выборка, анкетирование, интервью). использовать приемы и средства создания рекламного продукта; использовать навыки для исследования психологического восприятия рекламы потребителем с целью оптимального воздействия конкретной рекламы на аудиторию; применять знания по дисциплине "Реклама" в практической деятельности специалиста по связям с общественностью

**Навыки:** способностью участвовать в разработке эффективных рекламно-информационных кампаний, знанием методов формирования бюджета рекламной кампании; умением подготавливать проектную документацию (техническое задание, креативный бриф, договор, отчет); способностью работать с материалами вторичной информации (сбор, реферирование, анализ); способностью создавать, поддерживать и обновлять базы данных; умением владеть навыками медиаанализа, знанием коэффициентов и показателей медиаплана, принципов оптимизации медиапланов; знанием основ российского законодательства, социально-этических и правовых норм рекламной деятельности

### **2.2. Наименование последующих дисциплин**

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

#### **2.2.1. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью**

#### **2.2.2. Реклама и связи с общественностью в интернете**

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-1 Способен разрабатывать программы мероприятий рекламы и связей с общественностью для решения проблем, целевых задач и успешного экономического развития организации и отрасли	ПКС-1.1 Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия. ПКС-1.2 Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли. ПКС-1.3 Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса. ПКС-1.4 Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

##### 4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

##### 4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 6
Контактная работа	64	64,15
Аудиторные занятия (всего):	64	64
В том числе:		
лекции (Л)	32	32
практические (ПЗ) и семинарские (С)	32	32
Самостоятельная работа (всего)	80	80
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

### 4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	6	Раздел 1 Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности. Креативный процесс.	8		10		22	40	
2	6	Тема 1.1 Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности.	4		6		10	20	
3	6	Тема 1.2 Креативный процесс.	4		4		12	20	
4	6	Раздел 2 Бриф – исходные данные для креатива. Креатив и стратегия рекламы.	8		6		28	42	
5	6	Тема 2.1 Бриф – исходные данные для креатива.	4		4		14	22	
6	6	Тема 2.2 Креатив и стратегия рекламы.	4		2		14	20	ПК1, тестирование, опрос
7	6	Раздел 3 Методы Мозгового штурма и Синектики. Стереотипизация. Фанки-креатив.	16		16		30	62	
8	6	Тема 3.1 Методы Мозгового штурма и Синектики.	4		6		8	18	
9	6	Тема 3.2 Стереотипизация.	4		4		10	18	
10	6	Тема 3.3 Фанки-креатив.	8		6		12	26	ПК2, Тестирование, опрос
11	6	Раздел 4 Дифференцированный зачет						0	ЗаО
12		Всего:	32		32		80	144	

#### 4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 32 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	6	РАЗДЕЛ 1 Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности. Креативный процесс. Тема: Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности.	Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности.  Практическое занятие №1 по теме Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности: • Устный опрос по вопросам темы.	6
2	6	РАЗДЕЛ 1 Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности. Креативный процесс. Тема: Креативный процесс.	Креативный процесс.  Практическое занятие №2 по теме Креативный процесс: • Устный опрос по вопросам темы.	4
3	6	РАЗДЕЛ 2 Бриф – исходные данные для креатива. Креатив и стратегия рекламы. Тема: Бриф – исходные данные для креатива.	Бриф – исходные данные для креатива.  Практическое занятие №3 по теме Бриф – исходные данные для креатива: • Устный опрос по вопросам темы.	4
4	6	РАЗДЕЛ 2 Бриф – исходные данные для креатива. Креатив и стратегия рекламы. Тема: Креатив и стратегия рекламы.	Креатив и стратегия рекламы.  Практическое занятие №4 по теме Креатив и стратегия рекламы: • Устный опрос по вопросам темы.	2
5	6	РАЗДЕЛ 3 Методы Мозгового штурма и Синектики.Стереотипизация. Фанки-креатив. Тема: Методы Мозгового штурма и Синектики.	Методы Мозгового штурма и Синектики.  Практическое занятие №5 по теме Методы Мозгового штурма и Синектики: • Устный опрос по вопросам темы.	6
6	6	РАЗДЕЛ 3 Методы Мозгового штурма и Синектики.Стереотипизация. Фанки-креатив. Тема: Стереотипизация.	Стереотипизация.  Практическое занятие №6 по теме Стереотипизация: • Устный опрос по вопросам темы.	4
7	6	РАЗДЕЛ 3 Методы Мозгового штурма и Синектики.Стереотипизация. Фанки-креатив. Тема: Фанки-креатив.	Фанки-креатив.  Практическое занятие №7 по теме Фанки-креатив: • Устный опрос по вопросам темы.	6
ВСЕГО:				32/0

#### **4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)**

Учебным планом не предусмотрено



## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках дисциплины «Креативные решения в рекламе и связях с общественностью» используются традиционные формы лекций и практических занятий. Образовательные технологии применяются по следующим основаниям классификации: по организационным формам: классно-урочные, по подходу к обучаемому: технологии сотрудничества, по преобладающему методу: объяснительно-иллюстративные, творческие, игровые.

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (устный опрос, тестирование).

К интерактивным технологиям относятся такие формы, как решение практических задач и работа в малых группах со сравнительным анализом результатов, оценка их работы. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии, рейтинговых шкалах оценки усвоения. Фонды оценочных средств, освоенных компетенций включают вопросы теоретического характера для оценки полученных знаний и задания практического содержания для оценки сформированных умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких форм, как индивидуальные и групповые опросы, тестирование.

Практические занятия по курсу могут проводиться в различных формах. Характерным для гуманитарных курсов видом заданий является анализ текстов с результатами исследований и их обсуждение. Преподавателю важно давать задания в соответствии с возможностями обучающихся на данной стадии обучения, чтобы обеспечить им уверенность в своих силах.

Интерактивные технологии, применяемые на семинарских занятиях по курсу «Креативные решения в рекламе и связях с общественностью», включают решение практических задач и работа в малых группах.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных и интерактивных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по рекомендованной учебно-методической литературе. К интерактивным технологиям относятся подготовка к текущему контролю в форме решения практических задач и промежуточному контролю - устному опросу.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	6	РАЗДЕЛ 1 Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности. Креативный процесс. Тема 1: Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности.	Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности.  • Изучение учебной литературы из приведенных источников: [1], [2], [3]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка к практическим занятиям: устному опросу и выполнению практических задач.	10
2	6	РАЗДЕЛ 1 Творческая деятельность в рекламной и PR-деятельности. Креативный процесс. Тема 2: Креативный процесс.	Креативный процесс.  • Изучение учебной литературы из приведенных источников: [1], [2], [3]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка к практическим занятиям: устному опросу и выполнению практических задач.	12
3	6	РАЗДЕЛ 2 Бриф – исходные данные для креатива. Креатив и стратегия рекламы. Тема 1: Бриф – исходные данные для креатива.	Бриф – исходные данные для креатива.  • Изучение учебной литературы из приведенных источников: [1], [2], [3]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка к практическим занятиям: устному опросу и выполнению практических задач. • Подготовка к ТК 1 – тестированию.	14
4	6	РАЗДЕЛ 2 Бриф – исходные данные для креатива. Креатив и стратегия рекламы. Тема 2: Креатив и стратегия рекламы.	Креатив и стратегия рекламы.  • Изучение учебной литературы из приведенных источников: [1], [2], [3]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка к практическим занятиям: устному опросу и выполнению практических задач. • Подготовка к контролю – тестированию.	14
5	6	РАЗДЕЛ 3 Методы Мозгового штурма и Синектики. Стереотипизация. Фанки-креатив. Тема 1: Методы Мозгового штурма и Синектики.	Методы Мозгового штурма и Синектики.  • Изучение учебной литературы из приведенных источников: [1], [2], [3]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка к практическим занятиям: устному опросу и выполнению практических задач. • Подготовка к контролю – тестированию.	8
6	6	РАЗДЕЛ 3 Методы Мозгового штурма и Синектики. Стереотипизация. Фанки-креатив. Тема 2: Стереотипизация.	Стереотипизация.  • Изучение учебной литературы из приведенных источников: [1], [2], [3]. • Повторение лекционного материала. • Подготовка к практическим занятиям: устному опросу и выполнению практических задач. • Подготовка к контролю – тестированию.	10
7	6	РАЗДЕЛ 3	Фанки-креатив.	12

		<p>Методы Мозгового штурма и Синектики.Стереотипизация. Фанки-креатив. Тема 3: Фанки-креатив.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изучение учебной литературы из приведенных источников: [1], [2], [3].</li> <li>• Повторение лекционного материала.</li> <li>• Подготовка к практическим занятиям: устному опросу и выполнению практических задач.</li> <li>• Подготовка к контролю – тестированию.</li> </ul>	
ВСЕГО:				80

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Креативная педагогика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. [Электронный ресурс]	В.В. Утёмов, М.М. Зиновкина, П.М. Горев	Москва: Издательство Юрайт, — 237 с. , 2019  ISBN 978-5-534-08258-6. ЭБС «Юрайт» — URL: <a href="https://www.biblio-online.ru/bcode/424711">https://www.biblio-online.ru/bcode/424711</a>	Раздел 1., Раздел 2., Раздел 3.
2	Теория решения изобретательских задач: научное творчество: учебное пособие. [Электронный ресурс]	М.М. Зиновкина, Р.Т. Гареев, П.М. Горев, В.В. Утёмов	Москва: Издательство Юрайт, — 124 с, 2019  ISBN 978-5-534-11140-8. ЭБС «Юрайт» — URL: <a href="https://www.biblio-online.ru/bcode/446126">https://www.biblio-online.ru/bcode/446126</a>	Раздел 1., Раздел 2., Раздел 3.

### 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Основы исследовательской деятельности: триз: учебное пособие [Электронный ресурс]	В.В. Утёмов, М.М. Зиновкина, П.М. Горев	Москва: Издательство Юрайт, — 112 с. , 2019  ISBN 978-5-534-10333-5. ЭБС «Юрайт» — URL: <a href="https://www.biblio-online.ru/bcode/442529">https://www.biblio-online.ru/bcode/442529</a>	Раздел 1., Раздел 2., Раздел 3.

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

[http://miit-ief.ru/student/methodical\\_literature/](http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/) (Электронная библиотека ИЭФ)

<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))

<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине не требуется наличие специализированного лицензионного ПО.

В образовательном процессе применяются следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

## **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Практические занятия - метод обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных на лекции и в ходе самостоятельной работы.

Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях. В итоге у каждого обучающегося должен быть выработан определенный профессиональный подход к решению каждой задачи.

Практическое занятие должно опираться на известный теоретический материал, который изложен в лекции.

Практическое занятие должно быть нацеленным на формирование определенных умений и закрепления полученных навыков, поэтому цель занятия должна быть заранее известна и понятна преподавателю и обучающимся. Лучше иметь сформулированные в письменном виде цель, задачи, содержание и последовательность занятия, ожидаемый результат.

Примерные задачи практических занятий:

- помочь обучающимся систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера;
- научить студентов приемам решения практических задач, способствовать овладению навыками и умениями выполнения заданий;
- научить их работать с различными источниками информации: книгами, нормативно-правовой документацией, стандартами, справочной и научной литературой, ресурсами Интернет;
- формировать умение учиться самостоятельно, т.е. овладевать методами, способами и приемами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

Содержание практических занятий и методика их проведения должны обеспечивать развитие творческой активности личности. Они развивают научное мышление и речь обучающихся, позволяют проверить их знания, выступают важным средством оперативной обратной связи. Поэтому практические занятия должны выполнять не только познавательную и воспитательную функции, но и способствовать росту их креативности. К практическому занятию, как и к другим методам обучения, предъявляются требования научности, доступности, единства формы и содержания, органической связи с другими видами учебных занятий и практикой.

Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к экзамену. Фонд

оценочных средств обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит в качестве приложения в состав рабочей программы дисциплины.