

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

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

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа 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: 72869  
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Данилина Мария  
Геннадьевна  
Дата: 22.03.2024

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

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.

Задачами освоения дисциплины являются –

- Формирование знаний о понятийном аппарате данной дисциплины, о проведении креативных кампаний в бизнесе, государственных и муниципальных структурах

- Преобретение умений построения коммуникации с применением креативных технологии

- Овладение навыками применени методов использования креативных технологий в практической деятельности

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ОПК-3** - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

**ОПК-4** - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

### **Уметь:**

- производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в

творческий продукт;

- управлять основными этапами креативного процесса;

- генерировать новы идеи;

- применять на практике полученные теоретические знания.

### **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 связи с общественностью;

**Владеть:**

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

- навыками разработки творческих идей по брифу;

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	48	48

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 80 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

#### 4. Содержание дисциплины (модуля).

##### 4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Творческий процесс в рекламе: От идеи до реализации Рассматриваемые вопросы: этапы творческого процесса в рекламе концептуализация, скриптинг и воплощение креативных концепций
2	Брендинг и креативность: Развитие узнаваемого стиля Рассматриваемые вопросы: влияние креативности на формирование и укрепление бренда стратегии развития уникального и запоминающегося стиля в рекламе
3	Использование визуальных элементов в рекламе: Графика и дизайн Рассматриваемые вопросы: анализ значимости визуальных элементов методы и техники работы с дизайном
4	Креативные решения в цифровой рекламе: Инновации и тренды Рассматриваемые вопросы: новейшие технологии и инновационные подходы в цифровой рекламе анимация, интерактивные решения и виртуальную реальность
5	Эмоциональное воздействие в креативной рекламе: Психология потребителя Рассматриваемые вопросы: исследование психологических механизмов анализ эффективных приемов и техник
6	Storytelling в рекламе: Создание сильных рассказов Рассматриваемые вопросы: применение принципов storytelling в рекламе для создания увлекательных и запоминающихся рассказов формирование сюжетов и личностей в креативной коммуникации
7	Нестандартные подходы к рекламе: Оригинальность и инновации Рассматриваемые вопросы: обзор нестандартных и креативных подходов в рекламе изучение успешных кейсов и их воздействия на аудиторию
8	Этика и креативность в рекламе: Баланс между оригинальностью и этичностью Рассматриваемые вопросы: обсуждение важности соблюдения этических норм и стандартов в креативных решениях в рекламе поиск баланса между оригинальностью и уважением к потребителю.

##### 4.2. Занятия семинарского типа.

###### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Методика разработки различных типов рекламных материалов. В результате работы на практическом занятии студент изучит методику подготовки медиатекстов и

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	других медиапродуктов.
2	Подготовка рекламных материалов для прессы. В результате работы на практическом занятии студент выявит цели, задачи и правила разработки медиатекстов для газет и журналов, а также сайтов и новостных лент.
3	Организация пресс-конференций. В результате работы на практическом занятии студент выявит цели, задачи и правила подготовки пресс-конференций.
4	Подготовка рекламного материала для сети Интернет. В результате работы студент на практическом занятии подготовит материалы для распространения в сети Интернет и рассчитает стоимость её размещения на различных сайтах.
5	Подготовка рекламного материала для новостных лент. В результате работы студент на практическом занятии подготовит материалы для распространения в сети Интернет на новостных лентах.
6	Подготовка рекламных материалов для социальных сетей . В результате работы студент на практическом занятии подготовит рекламные материалы для социальных сетей и рассчитает стоимость её размещения в них.
7	Подготовка материалов для наружной рекламы. В результате работы студент на практическом занятии подготовит материалы для остановочных павильонов, уличных щитов, тумб и других видов наружной рекламы
8	Подготовка сообщений для рекламы на радио. В результате работы студент на практическом занятии подготовит сообщения для рекламы конкретных видов товаров на различных радиоканалах и рассчитает стоимость её размещения на них.
9	Подготовка материалов для рекламы на телевидении. В результате работы студент на практическом занятии подготовит сообщения для рекламы конкретных видов товаров на различных телеканалах и рассчитает стоимость её размещения на них
10	Подготовка пресс-релиза о деятельности предприятия. В результате работы студент на практическом занятии подготовит пресс-релиз о деятельности рекламной конкретного предприятия для распространения в СМИ.
11	Разработка мероприятий в области «паблик-рилейшнз». В результате работы студент на практическом занятии подготовит мероприятия в области «паблик рилейшнз» для конкретного предприятия.
12	Подготовка предложений для создания сувенирной рекламной продукции. В результате работы студент на практическом занятии подготовит предложения для создания сувенирной рекламной продукции с логотипами конкретных компаний.
13	Подготовка материалов для печатной рекламы . В результате работы студент на практическом занятии подготовит материалы для листовок, брошюр, буклетов и других печатных издани радиоканалах и рассчитает стоимость её размещения на них.
14	Изучение способов определения эффективности рекламной деятельности. В результате работы на практическом занятии студент изучит основные способы определения эффективности рекламной деятельности ( экономический эффект, имиджевый эффект, косвенный эффект рекламы и др.).
15	Оценка экономических результатов рекламной деятельности. В результате работы на практическом занятии студент проведет расчет экономического эффекта от рекламной деятельности с использованием различных медиапродуктов, а также выполнит оценку экономической и коммуникативной эффективности рекламной кампании (оценка полученных результатов от неё).
16	Ярмарки и выставки как вид рекламной деятельности (классификация выставок по тематике, периодичности и географии проведения).

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	В результате работы на практическом занятии студент определит цели, задачи и правила коммуникация с посетителями во время работы выставки. Также выделит основные направления деятельности после закрытия выставки (обратная связь).
17	Разработка плана рекламной кампании. В результате работы студент на практическом занятии разработает схему рекламной кампании для конкретного предприятия и выберет оптимальные средства рекламы, используемые в этих целях.
18	Изучение нормативной базы рекламной деятельности. В результате работы студент на практическом занятии изучит последние изменения в ФЗ № 38 «О рекламе», внесённые в него законодательными органами.

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

#### 5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
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	<a href="https://urait.ru/bcode/424711">https://urait.ru/bcode/424711</a> (дата обращения: 22.03.2024). Текст: электронный
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	<a href="https://urait.ru/bcode/446126">https://urait.ru/bcode/446126</a> (дата обращения: 22.03.2024). Текст: электронный
3	Развитие творческого потенциала личности в образовательном процессе : практическое пособие / О. В. Коршунова [и др.] ; ответственные редакторы О. В. Коршунова, О. Г. Селиванова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 319 с.	<a href="https://urait.ru/bcode/448014">https://urait.ru/bcode/448014</a> (дата обращения: 22.03.2024). Текст: электронный

#### 6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт рут (миит) (<https://www.miit.ru/>).  
Научно-техническая библиотека рут (миит) (<http://library.miit.ru>).  
Образовательная платформа «юрайт» (<https://urait.ru/>).  
КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>  
Гарант <http://www.garant.ru/>  
Электронно-библиотечная система УМЦ ЖДТ (<https://umczdt.ru>)  
Федеральная служба государственной статистики: (<https://www.rosstat.gov.ru/>)  
Библиотечная система «Лань» (<https://e.lanbook.com/>)

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

заведующий кафедрой, профессор,  
д.н. кафедры «Экономика и  
управление на транспорте»

Н.П. Терешина

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян