



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(УрГАХУ)

Кафедра социальных и гуманитарных наук

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе

Документ подписан электронной подписью
Владелец Исаченко Виктория Игоревна
Сертификат 0bee798a4f2f54d9cdeff24ba2aacf5ee7ab3710
Действителен с 21.04.2021 по 21.07.2022

«29» октября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR-ТЕХНОЛОГИИ В ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки	Дизайн
Код направления и уровня подготовки	54.03.01
Профиль	Дизайн интерьера и городской среды
Квалификация	Бакалавр
Учебный план	Прием 2021 года
Форма обучения	Очно-заочная

Актуализировано «01» сентября 2021 г.
Приказ от 02.07.2021 г. № 204/01-02-13

Екатеринбург, 2020

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

PR-ТЕХНОЛОГИИ В ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами:

Дисциплина PR-ТЕХНОЛОГИИ В ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ входит в обязательную часть образовательной программы. Дисциплина базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в результате освоения студентами предшествующих гуманитарных дисциплин: «Культурология», «История изобразительных искусств». Освоение дисциплины предваряет изучение курса «Философия». Параллельно изучается такая гуманитарная дисциплина как «История дизайна». Результаты изучения дисциплины будут использованы при осуществлении профессиональной деятельности.

1.2. Краткий план построения процесса изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины включает лекции, практические занятия и самостоятельную работу. Основные формы интерактивного обучения: групповая дискуссия, лекция с элементами эвристической беседы, case-study, деловая игра. В ходе изучения дисциплины студенты выполняют реферат и выполняют работу над тремя творческими проектами.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине создан фонд оценочных средств.

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качество и своевременность выполнения заданий самостоятельной работы и реферата, сдачи экзамена.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн:

Таблица 1

Категория компетенций	Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенций
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. знает правила командной работы; УК-3.3. умеет определять свою роль в команде, исходя их стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.4. умеет осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.5. умеет соблюдать установленные нормы и правила командной работы, нести личную ответственность за общий результат.

<p>Научные исследования</p>	<p>ОПК-2 Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях</p>	<p>ОПК-2.1. знает методику подбора научной литературы по теме научно-исследовательской работы; ОПК-2.3. умеет выбирать методы и способы обработки собранной информации по теме научного исследования; ОПК-2.4. умеет обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования; ОПК-2.5. умеет систематизировать, обобщать и представлять результаты исследования в виде научной статьи или научного доклада.</p>
<p>Организаторская деятельность</p>	<p>ОПК-5 Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях</p>	<p>ОПК-5.1. знает способы участия и организации выставок, конкурсов, фестивалей и других творческих мероприятий в сфере искусства и дизайна; ОПК-5.2. умеет оформлять и предоставлять необходимую информацию для участия в творческих мероприятиях; ОПК-5.3. умеет организовывать и проводить выставки, конкурсы, фестивали и другие творческие мероприятия.</p>

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- правила командной работы, специфику работы над творческими проектами; основные приемы и нормы социального взаимодействия, технологии межличностной и групповой коммуникации в творческом и деловом взаимодействии;
- методику подбора научной литературы по теме научно-исследовательской работы;
- принципы организации творческих мероприятий, способы участия и организации выставок, конкурсов, фестивалей и других творческих мероприятий в сфере искусства и дизайна.

Уметь:

- определять свою роль в команде, исходя их стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
- осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды при работе над проектом; оценивать творческие идеи других членов команды для достижения поставленной цели; соблюдать установленные нормы и правила командной работы, нести личную ответственность за общий результат;
- выбирать методы и способы обработки собранной информации по теме научного исследования; обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования; систематизировать, обобщать и представлять результаты исследования в виде научной статьи или научного доклада.

- оформлять и представлять необходимую информацию для участия в творческих мероприятиях, проводить выставки, конкурсы, фестивали и другие творческие мероприятия, участвовать в них.

Демонстрировать навыки и опыт деятельности с использованием полученных знаний и умений при осуществлении профессиональной деятельности.

1.4.Объем дисциплины

Таблица 2

Трудоемкость дисциплины	Всего	По семестрам			
		2	3	4	5
Зачетных единиц (з.е.)	3				3
Часов (час)	108				108
Контактная работа (минимальный объем):					
По видам учебных занятий:					
<i>Аудиторные занятия всего, в т.ч.</i>	9				9
Лекции (Л)	3				3
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	6				6
Другие виды занятий (Др)					
Консультации (10% от Л, ПЗ, С, Др)					
<i>Самостоятельная работа всего, в т.ч.</i>	99				99
Курсовой проект (КП)					
Курсовая работа (КР)					
Расчетно-графическая работа (РГР)					
Графическая работа (ГР)					
Расчетная работа (РР)					
Реферат (Р)	30				30
Практическая внеаудиторная (домашняя) работа (ПВР, ДР)					
Творческая работа (эссе, клаузура)	40				40
Подготовка к контрольной работе	9				9
Подготовка к экзамену, зачету	20				20
Другие виды самостоятельных занятий (подготовка к занятиям)					
Форма промежуточной аттестации по дисциплине (зачет, экзамен, курсовой проект, курсовая работа)	зачет				зачет

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 3

Код раздела	Раздел, тема, содержание дисциплины
Р.1	<p align="center"><u>Специфика PR-деятельности творческой личности в современном обществе</u></p> <p>Тема 1. PR как наука и искусство. PR в творческой сфере. Специфика понятий «общественность» и «общественное мнение». Социальная значимость информации, управление творческими процессами в PR-деятельности. Понятие «связи с общественностью» в творческой сфере. Реклама и PR. Информационная, управленческая, регулятивная функции PR.. Основные направления в PR-деятельности. Типы PR. PR-инструментарий в творческой деятельности.</p> <p>Тема 2. Специалист по PR в сфере дизайна: базовые ориентиры творческой деятельности, пиар-поддержка, необходимая при практической реализации дизайн-проекта. Мир дизайна и PR. Цели PR-мероприятий в сфере дизайна Обзор современных пиар-технологий реализации дизайн-проектов. Пиар-акции и мероприятия PR, используемые при реализации дизайн-проекта. Навык креативного мышления, знание арт-рынка и рекламных и PR-технологий, умение поддерживать репутацию и имидж дизайнера, способность организовывать пресс-конференции, творческие встречи, фестивали, выставки, показы и др. качества квалифицированного PR-специалиста в творческой сфере.</p>
	<p>Тема 3. Имиджмейкинг в творческой деятельности. Специфика моделирования имиджа дизайнера, принципы усиления влияния своего бренда, разработки фирменного стиля. Имидж в творческой деятельности: специфика понятия, особенности функционирования. Принципы формирования благоприятного общественного мнения об арт-персоне.. PR-активность дизайнера в современных условиях конкурентной борьбы. Собственная разработка (методика, система) как основа конкурентного преимущества дизайнера для усиления влияния своего бренда, разработка фирменного стиля при реализации дизайн-проекта на практике.</p> <p>Тема 4. Позиционирование PR-объекта. Специфика-позиционирования в творческой сфере, пиар-методы продвижения продуктов дизайна. Позиционирование как одна из наиболее важных целей PR. Сила узнаваемости спозиционированного PR-объекта. Этапы позиционирования, его базовые стратегии. Критерии позиционирования: уникальность, атрибуция, лидерство в категории, оптимальное использование и т.д. Позиционирование арт-бренда как ключевое сообщение (идея, набор ценностей), транслируемое аудитории. Нейминг в работе дизайнера. Принципы дифференциации PR-субъекта в творческой сфере. Роль в позиционировании социальной активности дизайнера. Анализ типичных ошибок арт-позиционирования. PR- методы продвижения продуктов дизайна в процессе практического осуществления дизайн-проекта</p>
Р.2	<p align="center"><u>PR в современной творческой деятельности дизайнера</u></p>

	<p>Тема 5. PR в современной практике бизнес-коммуникаций творческой личности. Основы самопрезентации дизайнера (дизайн-проекта): визитная карточка дизайнера</p> <p>Факторы усиления информационного воздействия арт-персоны. Коммуникационные стратегии укрепления позиций дизайнера на рынке. Визитная карточка дизайнера как традиционный носитель контактной информации и PR-инструмент воздействия на общественность. Информирование, рекламирование и нетворкинг как функции качественной визитной карточки. Критерии оформления визитных карточек дизайнера.</p>
	<p>Тема 6. Интернет-коммуникации как инструмент реализации PR дизайнера и актуализации творческого проекта</p> <p>Интернет и его мегapotенциал для проведения разнообразных мероприятий по PR. PR арт-персоны в сети Интернет: взаимодействие в Интернете со СМИ (создание и активизация работы пресс-комнаты), участие в веб-форумах и т.д. Сайт творческой личности как первостепенный элемент персонального имиджа. Биография как жанр PR-текста, дающий базовую фактическую информацию о дизайнере. Специфика биографии-конспекта и биографии-рассказа. Статьи, интервью, видеоролики, анонсы выставок как элементы актуализации дизайн-проекта в среде Интернета посредством пиар-технологий.</p>
	<p>Тема 7. Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для творческих мероприятий, пресс-конференция дизайнера как пиар-мероприятие в целях анонсирования дизайн-проектов.</p> <p>Основные формы PR-взаимодействия дизайнера и СМИ. Пресс-релиз как современный эффективный инструмент PR-деятельности. Подготовка пресс-релиза мероприятия и особенности его использования в творческой деятельности. Структура пресс-релиза. Типы качественных информационных поводов пресс-релизов творческих мероприятий. Принципы оптимизации пресс-релизов для поисковых машин. Пресс-кит: принципы формирования. Взаимодействие со СМИ как важнейший компонент формирования позитивного имиджа дизайнера. Этапы проведения пресс-конференций. Основные обязанности ведущего пресс-конференции. Условия успешности арт-пресс-конференций. Типы информационных поводов успешных пресс-конференций в творческой сфере. Пресс-конференция как PR-мероприятие для СМИ в целях анонсирования дизайн-проектов.</p>
	<p>Тема 8 Принципы проведения презентаций в творческой деятельности, оценка PR-эффективности использования презентаций при практической реализации дизайн-проектов</p> <p>Структура арт-презентации, основы работы с аудиторией. Этапы подготовки презентаций в творческой деятельности. Специфика работы с аудиторией на различных организационных этапах. Специфика работы с различными типами аудиторий во время арт-презентаций. Принципы взаимодействия с аудиторией в процессе различных PR-мероприятий. Принципы успешной вербальной и невербальной коммуникации при проведении арт-презентации. Оценка пиар-эффективности использования презентаций при практической реализации дизайн-проектов</p>

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.2. Распределение аудиторных занятий и самостоятельной работы по разделам дисциплины

Таблица 4

Семестр	Неделя семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия (час.)			Самост. работа (час.)	Оценочные средства текущего контроля успеваемости
				Лекции	Практ. занятия, семинары	в том числе в форме практической подготовки		
5	1	Р.1. Тема 1. PR как наука и искусство. PR в творческой сфере.	6	0,5			5.5	Опрос
5	1	Р.1. Тема 2. Специалист по PR в сфере дизайна: базовые ориентиры творческой деятельности, пиар-поддержка, необходимая при практической реализации дизайн-проекта.	12	0,5	0,5		11	Опрос Задание к семинару (тематический доклад)
5	1-2	Р.1. Тема 3. Имиджмейкинг в творческой деятельности. Специфика моделирования имиджа дизайнера, принципы усиления влияния своего бренда, разработки фирменного стиля.	12	0,5	0,5		11	Составление словаря терминов Задание к семинару (тематический доклад)
5	2	Р.1. Тема 4. Позиционирование PR-объекта. Специфика позиционирования, в творческой сфере, пиар-методы продвижения продуктов дизайна.	12	0,5	0,5		11	Тест Задание к семинару (case-study)
5	2-3	Р.2. Тема 5. PR в современной практике бизнес-коммуникаций творческой личности. Основы самопрезентации дизайнера (дизайн-проекта): визитная карточка дизайнера	12		1		11	Задания к семинарам (творческий проект)
5	3	Р.2. Тема 6. Интернет-коммуникации как инструмент реализации PR дизайнера и актуализации творческого проекта	12		1		11	Задания к семинарам (творческий проект)

Семестр	Неделя семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия (час.)			Самост. работа (час.)	Оценочные средства текущего контроля успеваемости
				Лекции	Практ. занятия, семинары	в том числе в форме практической подготовки		
5	3-4	Р.2. Тема 7. Работа PR-специалиста со СМИ. Специфика создания пресс-релизов для творческих мероприятий, пресс-конференция дизайнера как пиар-мероприятие в целях анонсирования дизайн-проектов.	18	0,5	1		16,5	Составление словаря терминов Задания к семинарам (case-study, творческий проект)
5	4-5	Р.2. Тема 8. Принципы проведения презентаций в творческой деятельности, оценка PR-эффективности использования презентаций при практической реализации дизайн-проектов	24	0,5	1,5		22	Опрос, задания к семинарам (реферат, деловая игра)
		Итого:	108	3	6		99	зачет

3.2. Другие виды занятий

Не предусмотрено

3.3. Мероприятия самостоятельной работы и текущего контроля

3.3.1 Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

Темы рефератов:

1. Имидж как интегральная характеристика арт-персоны
2. Актуальные PR-тренды в продвижении дизайн-проекта
3. Интернет-коммуникации в PR-деятельности дизайнера
4. Выставка как специальное PR-мероприятие

Темы творческих проектов:

1. «Визитная карточка дизайнера» (проект визитки):
2. «Сайт творческой личности» (проект сайта)
3. «Выставка: организация коллективной экспозиции» (проект выставки)

3.3.2 Примерная тематика контрольных работ

Предусмотрены тестовые задания.

4. ПРИМЕНЯЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения								Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение						
	Компьютерное тестирование	Кейс-метод	Деловая или ролевая игра	Портфолио	Работа в команде	Метод развивающей кооперации	Балльно-рейтинговая система	Проектный метод	Другие методы (какие)	Электронные учебные курсы, размещенные в системе дистанционного обучения Moodle	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
Р.1	*								*						
Р.2		*	*		*	*		*	*						

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.2.Рекомендуемая литература

5.2.1. Основная литература

1. Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар : учебное пособие / Ю.В. - Екатеринбург : Архитектон, 2016. - 95 с. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455455>
2. Поляков В.А., Романов А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум. /В.А. Поляков, А.А. Романов – М: ЮРАЙТ, 2017. 502 с. URL: <https://biblio-online.ru/viewer/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E#page/171>
3. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: учебник / Н.В. Барышников. – М.: ИНФРА-М, 2014. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>

5.2.2 Дополнительная литература

1. Блюм М.А. , Молоткова Н. В. PR-технологии в коммерческой деятельности: учебное пособие./ /Блюм М.А. – Тамбов: ТГТУ, 2004 – 104 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=39352&sr=1
2. Кондакова, Ю.В. Основы PR : учебное пособие / Ю.В. Кондакова. - Екатеринбург: Архитектон, 2013. - 225 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221959>
3. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М.: Дашков и К , 2016. - 296 с.URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403>
4. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями : учебное пособие / под ред. Л.С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 445 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>

5. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>
6. Абросимов, Н.В. PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании / Н.В. Абросимов. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 144 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139176>
7. Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов/ Е.Н. Сердобинцева – М.: Флинта, 2010. – 160 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=57575&sr=1
8. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. - 324 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044>
9. Основы рекламы : учеб. пособие / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. - 3-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2010. - 400 с.

1.2. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы

Не используется

1.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

5.3.1 Перечень программного обеспечения

Таблица 6

Тип ПО	Название	Источник	Доступность для студентов
Прикладное ПО/ Офисный пакет	Microsoft Office	Лицензионная программа	Доступно в компьютерном классе и в аудиториях для самостоятельной работы УрГАХУ

5.3.2 Базы данных и информационные справочные системы

- Университетская библиотека . Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
- Справочная правовая система «КонсультантПлюс» . Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
- Справочная правовая система «Гарант». Режим доступа: <http://garant.ru>
- Научная электронная библиотека. Режим доступа: <https://elibrary.ru/>
- Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM». Режим доступа: <http://znanium.com>
- Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» . Режим доступа: <https://bibli-online.ru/>
- Электронно-библиотечная система Издательства Лань (ЭБС). Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

5.4 Электронные образовательные ресурсы

Электронный учебный курс КУЛЬТУРОЛОГИЯ. Режим доступа: <http://edu.usaaa.ru/>

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студент обязан:

- 1) знать:
 - график учебного процесса по дисциплине (календарный план аудиторных занятий и план-график самостоятельной работы);
 - порядок формирования итоговой оценки по дисциплине; (преподаватель на первом занятии по дисциплине знакомит студентов с перечисленными организационно-методическими материалами);
- 2) посещать все виды аудиторных занятий (преподаватель контролирует посещение всех видов занятий), вести самостоятельную работу по дисциплине, используя литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины и преподавателем (преподаватель передает список рекомендуемой литературы студентам);
- 3) готовиться и активно участвовать в аудиторных занятиях, используя рекомендованную литературу и методические материалы;
- 4) своевременно и качественно выполнять все виды аудиторных и самостоятельных работ, предусмотренных графиком учебного процесса по дисциплине (преподаватель ведет непрерывный мониторинг учебной деятельности студентов);
- 5) в случае возникновения задолженностей по текущим работам своевременно до окончания семестра устранить их, выполняя недостающие или исправляя не зачтенные работы, предусмотренные графиком учебного процесса (преподаватель на основе данных мониторинга учебной деятельности своевременно предупреждает студентов о возникших задолженностях и необходимости их устранения).

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используется традиционная оборудованная аудитория (классная доска, аудиторные столы и стулья), обеспечивающая чтение лекций и проведение практических занятий. Используется мультимедийное оборудование при проведении интерактивных форм обучения.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств предназначен для оценки:

- 1) соответствия фактически достигнутых каждым студентом результатов изучения дисциплины результатам, запланированным в формате индикаторов «знать, уметь, иметь навыки» (п.1.4) и получения интегрированной оценки по дисциплине;
- 2) уровня формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины.

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1.1. Уровень формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины, оценивается с использованием следующих критериев и шкалы оценок*

Критерии		Шкала оценок
Оценка по дисциплине		Уровень освоения элементов компетенций
Отлично	Зачтено	Высокий
Хорошо		Повышенный
Удовлетворительно		Пороговый
Неудовлетворительно	Не зачтено	Элементы не освоены

*) описание критериев см. Приложение 1.

8.1.2. Промежуточная аттестация по дисциплине представляет собой комплексную оценку, определяемую уровнем выполнения всех запланированных контрольно-оценочных мероприятий (КОМ). Используемый набор КОМ имеет следующую характеристику:

Таблица 7

№ п/п	Форма КОМ	Состав КОМ
1	Посещение аудиторных занятий	
2	Выполнение аудиторных заданий	опрос составление словаря терминов, тест.
3	Участие в семинарских занятиях	Подготовка докладов, case-study, тест, работа над проектом, деловая игра Защита реферата
4	Подготовка реферата	5 заданий
5	Подготовка творческих проектов	7 заданий
6	Зачет	32 вопроса

8.1.3. Оценка знаний, умений и навыков, продемонстрированных студентами при выполнении отдельных контрольно-оценочных мероприятий и оценочных заданий, входящих в их состав, осуществляется с применением следующей шкалы оценок и критериев:

Уровни оценки достижений студента (оценки)	Критерии для определения уровня достижений	Шкала оценок
	<u>Выполненное оценочное задание:</u>	
Высокий (В)	соответствует требованиям*, замечаний нет	Отлично (5)
Средний (С)	соответствует требованиям*, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (4)
Пороговый (П)	не в полной мере соответствует требованиям*, есть замечания	Удовлетворительно (3)
Недостаточный (Н)	не соответствует требованиям*, имеет существенные ошибки, требующие исправления	Неудовлетворительно (2)
Нет результата (О)	не выполнено или отсутствует	Оценка не выставляется

*) Требования и уровень достижений студентов (соответствие требованиям) по каждому контрольно-оценочному мероприятию определяется с учетом критериев, приведенных в Приложении 1.

8.2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

При проведении независимого тестового контроля как формы промежуточной аттестации применяется методика оценивания результатов, предлагаемая разработчиками тестов.

8.3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.3.1. Перечень заданий для аудиторных занятий (лекций):

Тема № 1

Задания для проведения устного и фронтального опросов:

1. Определить специфику понятий «общественность» и «общественное мнение».
2. Выявить отличия понятий «паблик рилейшнз», «паблисити», «реклама».
3. Привести конкретные примеры использования PR-инструментария в творческой деятельности.

Тема № 2.

Задания для проведения устного и фронтального опросов:

1. Выявить ключевые цели PR-мероприятий в сфере дизайна.
2. Привести конкретные примеры пиар-акций, используемых при реализации дизайн-проектов.
3. Обозначить качества квалифицированного PR-специалиста в творческой сфере

Тема № 3.

Работа со справочной литературой: составление словаря терминов.

Задания:

1. Составление тезауруса (глоссария);
2. Пояснить: когда и для чего вводится то или иное определение или понятие.

Тема № 4.

Задание:

Выполнить тест.

Тема № 7

Работа со справочной литературой: составление словаря терминов.

Задания:

1. Составление тезауруса (глоссария);
2. Пояснить: когда и для чего вводится то или иное определение или понятие.

Тема № 8

Задания для проведения устного и фронтального опросов:

1. Назвать этапы подготовки презентаций в творческой деятельности
2. Определить специфику взаимодействия с разными типами аудиторий в процессе арт-презентации.
3. Выявить критерии пиар-эффективности использования презентаций дизайн-проектов.

8.3.2. Перечень заданий для семинарских занятий:

Семинар № 1. Тема 2. (тематический доклад):

Темы докладов:

1. Пиар-акции, используемые при реализации дизайн-проекта
2. Обзор современных пиар-технологий реализации дизайн-проектов.
3. Актуальный PR современных арт- фестивалей: принципы работы с аудиторией

Семинар № 2. Тема 3 (тематический доклад):

Темы докладов:

1. Формирование имиджа дизайнера: специфика образа.
2. Анализ 5 образов современных дизайнеров, у которых есть свой стиль
3. Специфика работы бренд-дизайнера

Семинар № 3. Тема 4 (case-study):

Задания к case-study:

1. Прочитайте список работающих в районе Лос-Анджелеса парков развлечений с описаниями их качеств.

2. Определите, по каким критериям проводится позиционирование каждого из парков.
3. Составьте схему расположения парков в оптимальной близости друг от друга, согласно критериям их позиционирования.
 - Japanese Deer Park – парк, где даже сверхзанятый человек проведет единственный свободный час с максимальным удовольствием;
 - Lion Country Safari – парк, где можно увидеть значительно больше разнообразных животных, чем в Japanese Deer Park;
 - Disneyland – самый крупный парк аттракционов в мире;
 - Knott's Berry Farm – парк для людей, желающих погрузиться в прошлое;
 - Marineland of the Pacific – не развлекательный парк, а образовательное учреждение;
 - Magic Mountain – развлекательный парк для любителей острых ощущений;
 - Busch Gardens – парк, в котором потребитель получит «наибольшие выгоды за наименьшие деньги».

Семинары № 4-5. Тема 5 (творческий проект).

Задания к творческому проекту:

Тема «Визитная карточка дизайнера» (проект визитки):

1. Проанализировать специальную литературу, посвященную специфике арт-визитных карточек
2. Разработать проект своей визитной карточки, в которой нужно выразить специфику своей деятельности, показать свой стиль, используя один или несколько выбранных материалов.
3. Составление визитки

Семинары № 6-7. Тема 7 (творческий проект).

Задания к творческому проекту:

Тема «Сайт творческой личности» (проект сайта)

1. Проанализировать специальную литературу, посвященную специфике сайта творческой личности
2. Разработать проект своего сайта, отражающего творческую деятельность дизайнера, продемонстрировав свой стиль.

Семинар № 8 Тема 7 (case-study).

Проходит пресс-конференция, посвященная юбилею Уральского государственного архитектурно-художественного университета

Задания к case-study:

1. Указать и обосновать, где можно представить место пресс-конференции
2. Составьте свой список членов PR-команды, работающей во время пресс-конференции, распределив обязанности в команде.
3. Проанализировать информационные поводы, которые актуальны для данной пресс-конференции
4. Разработайте специальные бейджики (фирменные значки, знаки отличия) для членов команды

Семинар № 9 Тема 7 (творческий проект).

Задания к творческому проекту:

Тема «Выставка: организация коллективной экспозиции»

1. Проанализировать специальную литературу, посвященную специфике организации коллективных экспозиций
2. Разработать проект экспозиции

Семинар № 10. Тема 8 (деловая игра):

Перечень заданий для деловой игры:

1. Разделиться на роли: («возмутителей спокойствия», «отвлекающихся слушателей», «слушателей, разделяющих мнение выступающего»), PR-презентатор.
2. Моделирование ситуации: информационное сообщение PR-презентатора перед арт-аудиторией,

3. Проанализировать итоги деятельности (реализованности задания).

Семинары № 11-12. Тема 8 (защита реферата).

Перечень заданий для защиты реферата:

1. Обозначить проблему, обосновать выбор, сформулировать тему.
2. Охарактеризовать основные источники по теме.
3. Систематизировать зафиксированную и отобранную информацию.
4. Определить основные понятия.
5. Провести самоанализ, предполагающий выявление новизны текста, степень раскрытия сущности проблемы, обоснованности выбора источников.

Темы рефератов:

1. Имидж как интегральная характеристика арт-персоны
2. Актуальные PR-тренды в продвижении дизайн-проекта
3. Интернет-коммуникации в PR-деятельности дизайнера
4. Выставка как специальное PR-мероприятие

8.3.4. Перечень вопросов к зачету:

1. Специфика понятий «общественность» и «общественное мнение». Понятие «связи с общественностью» в творческой сфере
2. Мир дизайна и PR. PR-инструментарий в творческой деятельности, цели PR-мероприятий в сфере дизайна.
3. Информационная, управленческая, регулятивная функции PR. Основные направления в PR-деятельности.
4. Типы PR. Качества квалифицированного PR-специалиста в арт-сфере.
5. Пиар-акции и мероприятия PR, используемые при реализации дизайн-проекта.
6. Имидж в творческой деятельности: специфика понятия, особенности функционирования. Принципы формирования благоприятного общественного мнения об арт-персоне
7. Специфика моделирования имиджа дизайнера. PR-активность дизайнера в современных условиях конкурентной борьбы.
8. Собственная разработка (методика, система) как основа конкурентного преимущества дизайнера для усиления влияния своего бренда.
9. Позиционирование как одна из наиболее важных целей PR. Этапы позиционирования, его базовые стратегии.
10. Критерии позиционирования: уникальность, атрибуция, лидерство в категории, оптимальное использование и т.д.
11. Специфика-позиционирования, в творческой сфере, пиар-методы продвижения продуктов дизайна.
12. Нейминг в работе дизайнера.
13. Анализ типичных ошибок арт-позиционирования.
14. Информирование, рекламирование и нетворкинг как функции качественной визитной карточки.
15. PR в современной практике бизнес-коммуникаций творческой личности. Факторы усиления информационного воздействия арт-персоны
16. Визитная карточка дизайнера как традиционный носитель контактной информации и PR-инструмент воздействия на общественность. Критерии оформления визитных карточек дизайнера.
17. Интернет и его мегапотенциал для проведения разнообразных мероприятий по PR. PR арт-персоны в сети Интернет: взаимодействие в Интернете со СМИ (создание и активизация работы пресс-комнаты), участие в веб-форумах и т.д.
18. Сайт творческой личности как первостепенный элемент персонального имиджа. Элементы сайта-визитки как основы представления дизайн-проекта: биография автора, история разработки, портфолио, отзывы и т.д.

19. Биография как жанр PR-текста, дающий базовую фактическую информацию о дизайнере. Специфика биографии-конспекта и биографии-рассказа.
20. Основные формы PR-взаимодействия дизайнера и СМИ.
21. Статьи, интервью, видеоролики, анонсы выставок как элементы актуализации дизайн-проекта в среде Интернета посредством пиар-технологий.
22. Пресс-релиз как современный эффективный инструмент PR-деятельности. Подготовка пресс-релиза арт-мероприятия и особенности его использования в творческой деятельности
23. Структура пресс-релиза. Типы качественных информационных поводов пресс-релизов творческих мероприятий. Принципы оптимизации пресс-релизов для поисковых машин.
24. Пресс-кит: принципы формирования.
25. Пресс-конференция как PR-мероприятие для СМИ в целях анонсирования творческих проектов.
26. Основные обязанности ведущего пресс-конференции Этапы проведения пресс-конференций.
27. Типы информационных поводов успешных пресс-конференций в сфере дизайна.
28. Принципы проведения презентаций в творческой деятельности Этапы подготовки презентаций творческих мероприятий.
29. Специфика работы с аудиторией на различных организационных этапах.
30. Специфика работы с различными типами аудиторий во время арт-презентаций.
31. Принципы успешной вербальной и невербальной коммуникации при проведении арт-презентации.
32. Оценка пиар-эффективности использования презентаций при практической реализации дизайн-проектов

Критерии зачетной оценки:

«Зачтено»

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины, а также по основным вопросам, выходящим за пределы учебной программы;
- точное использование научной терминологии систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы;
- безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач;
- выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы и нестандартные ситуации;
- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;
- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических/семинарских занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий;
- высокий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

«Не зачтено»

- фрагментарные знания по дисциплине;
- отказ от ответа (выполнения письменной работы);
- знание отдельных источников, рекомендованных учебной программой по дисциплине;
- неумение использовать научную терминологию;
- наличие грубых ошибок;
- низкий уровень культуры исполнения заданий;
- низкий уровень сформированности заявленных в рабочей программе компетенций.

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:					
№ п/п	Кафедра	Ученая степень, ученое звание	Должность	ФИО	Подпись
1	Кафедра социальных и гуманитарных наук	канд.филологич. наук, доцент	доцент	Ю.В. Кондакова	
Рабочая программа дисциплины согласована:					
Заведующий кафедрой социальных и гуманитарных наук				В.И. Ветошкин	
Директор библиотеки УрГАХУ				Н.В. Нохрина	
Декан ФОЗО				И.В. Сагарадзе	

Критерии уровня сформированности элементов компетенций на этапе изучения дисциплины с использованием фонда оценочных средств

Компоненты компетенций	Признаки уровня и уровни освоения элементов компетенций				
	Дескрипторы	Высокий	Повышенный	Пороговый	Компоненты не освоены
Знания*	<u>Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения, необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.</u>	Студент демонстрирует высокий уровень соответствия требованиям дескрипторов, равный или близкий к 100%, но не менее чем 90%.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов ниже 90%, но не менее чем на 70%.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов ниже 70%, но не менее чем на 50%.	Студент демонстрирует соответствие требованиям дескрипторов менее чем на 50%.
Умения*	<u>Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.</u>				
Личностные качества (умения в обучении)	<u>Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения.</u> <u>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</u> <u>Студент может сообщать собственное понимание, умения и деятельность в области изучения преподавателю и коллегам своего уровня.</u>				
Оценка по дисциплине		Отл.	Хор.	Удовл.	Неуд.

*) Конкретные знания, умения и навыки в области изучения определяются в рабочей программе дисциплины п. 1.4

