

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Креативные технологии в рекламной и PR-деятельности

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.06 Креативные технологии в рекламной и PR-деятельности относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1: Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации. УК-1.2: Имеет практический опыт работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов.	УК-1.1: Знать основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; Уметь использовать законы планирования и управления на уровне применения значительного объёма теоретических знаний в профессиональной сфере, Владеть навыками организации, планирования и управления работой отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой социальной сфере в различных условиях и с различными производственными задачами на уровне, достаточном для решения сложных производственно-управленческих задач;  УК-1.2: Знать основы принципы создания научного текста; Уметь работать в различных сложных условиях, в различных информационных системах;; Владеть навыками поиска и анализа информации для решения различных организационных целей и задач.	Задания	Зачёт: Контрольные вопросы

ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта). ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	<p>ПК-2.1:</p> <p>Знать структуру и методы проведения работы со СМИ ;</p> <p>Уметь планировать различные рекламные, организационные мероприятия;</p> <p>Владеть навыками распространения рекламной продукции и создания презентационный материалов.</p> <p>ПК-2.2:</p> <p>Знать пентоды организации и проведения коммуникационных кампаний</p> <p>Уметь составить план, организовать реламные кампании и проекты по связям с общественностью</p> <p>Владеть организаторскими и коммуникационными навыками</p>	Задания	Зачёт: Контрольные вопросы
---	--	---	---------	-------------------------------

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>14</b>	<b>4</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>14</b>	<b>4</b>
- КСР	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>43</b>	<b>59</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> <b>Зачёт</b>	<b>4</b> <b>Зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе	
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из	Самостоятельная работа

			них						обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лаборат орные работы), часы		Всего			
	О Ф О	З Ф О	О Ф О	З Ф О	О Ф О	З Ф О	О Ф О	З Ф О	О Ф О	З Ф О
Тема 1. Основные подходы и определения, содержание и значение «креатив»	7	8	1	1	1	1	2	2	5	6
Тема 2. Креатив в сфере связей с общественностью: основные задачи и проблемы.	6	6	1		1		2	0	4	6
Тема 3 Типы мышления.	6	6	1		1		2	0	4	6
Тема 4 Техники, стимулирующие генерацию идей.	10	10	2	1	2	1	4	2	6	8
Тема 5 Моделирование практической реализации идей..	10	10	2	1	2	1	4	2	6	8
Тема 6 Стереотипное мышление.	8	6	2		2		4	0	4	6
Тема 7 Креатив в PR-кампаниях и проектах.	8	6	2		2		4	0	4	6
Тема 8 Методология креативного мышления в рекламе.	8	6	2		2		4	0	4	6
Тема 9 Методы оценки креативности.	8	9	1	1	1	1	2	2	6	7
Аттестация	0	4								
КСР	1	1					1	1		
Итого	72	72	14	4	14	4	29	9	43	59

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Основные подходы и определения, содержание и значение «креатив»

Виды деятельности в креативной сфере. Понятие «креативная личность».

Тема 2. Креатив в сфере связей с общественностью: основные задачи и проблемы.

Креатив как процесс. Креатив как продукт. Гуру РиСО.

Тема 3 Типы мышления. Структурирование сбора информации, оценка идей.

Стимулирование творческого мышления

Тема 4 Техники, стимулирующие генерацию идей.

Общие принципы проведения мозговой атаки. Техника номинальной группы.

Тема 5 Моделирование практической реализации идей.

Техника «Разумной алгебры» Бенджамина Франклина. Стратегия успеха.

Тема 6 Стереотипное мышление.

Отрицательные и положительные стереотипы клиентов. Формирование стереотипов.

Деятельность Уонамейкера и Пауэрса.

Тема 7 Креатив в PR-кампаниях и проектах.

Креатив в специальных мероприятиях. Генерация образов. Основной процесс и необходимая информация.

Тема 8 Методология креативного мышления в рекламе.

Специальные техники рекламного конструирования. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе.

Тема 9 Методы оценки креативности.

### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Креативные технологии" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=6927>).

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции УК-1:**

Задание 1.

Разработайте рекламную концепцию социальной рекламы, посвященной повышению престижа среднего специального образования.

Задание 2.

Разработайте творческую стратегию и образцы необходимых носителей наружной рекламы для проведения социальной кампании, направленной на привлечение частных и юридических лиц к материальной и моральной поддержке нуждающихся (интернаты, больницы, дома престарелых) в анун Нового года и рождественских праздников.

Задание 3.

Разработайте товарный знак, каналы сбыта и рекламную концепцию кампании по выводу на рынок нового городского глянцевого журнала «Квадрат». Журнал посвящен модным направлениям в современном искусстве.

Задание 4.

Разработайте креативную концепцию (в том числе слоган) социальной кампании проекта «Правила дорожного движения». Главная задача коммуникации - сокращение дорожно-транспортных происшествий на дорогах России. Сформулированная концепция должна представлять собой серию разноплановых сюжетов, объединенных одной коммуникативной идеей.

Задание 5.

Разработайте наименование и концепцию нестандартного продвижения нового элитного жилого комплекса.

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2:**

Задание 6.

Разработайте наименование и нестандартную концепцию продвижения новой клининговой компании, предоставляющей услуги по уборке помещений и прилегающей территории.

Задание 7.

Разработайте концепцию (имя, изображение) интерактивного персонажа компании Н (производство и продажа теплообменного оборудования для различных областей промышленности).

Задание 8.

Разработайте наименование, рекламную концепцию и кампанию по продвижению нового торгово-развлекательного комплекса.

Задание 9.

Разработайте идею социального плаката, пропагандирующей донорство. Слоган – «Мы дарим жизнь».

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Высокий уровень подготовки, безупречное владение теоретическим материалом, студент демонстрирует творческий, креативный подход к решению нестандартных ситуаций. Превосходная подготовка с очень незначительными погрешностями. Идеальная, продуманная, подготовленная презентация задания.
отлично	Высокий уровень подготовки с использованием креативных приемов, но незначительными ошибками. Студент подтверждает теоретический материал практическими примерами из практики. Уровень существенно выше среднего с некоторыми ошибками. Подготовлена и хорошо аргументирована презентация задания.
очень хорошо	Хорошая подготовка с использованием креативных подходов, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. В целом хорошая подготовка с рядом заметных ошибок. Подготовлена, но не достаточно хорошо аргументирована презентация задания.
хорошо	В целом хорошая подготовка с заметными ошибками или недочетами. Допускаются ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя. Хорошая подготовка, но со значительными ошибками. Подготовлена презентация проекта.
удовлетворительно	Минимально достаточный уровень подготовки. Студент показывает минимальный уровень теоретических знаний, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Подготовлена презентация задания, удовлетворяющая минимальным требованиям.
неудовлетворительно	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Необходима дополнительная подготовка для подготовки. Не подготовлена презентация задания..
плохо	Подготовка абсолютно недостаточная. Студент не отвечает на поставленные вопросы, не выполнил задание.. Подготовка совершенно недостаточна.

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				

достижения							
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»

	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-1

1. Дискуссия вокруг понятия «креативность» в работах отечественных и зарубежных специалистов. Основные определения понятия и подходы к нему.
2. Креатология: цели, содержание и значение.
3. Роль креативности в управлении общественным мнением.
4. Понятие «аудитория». Особенности креативной работы с внешней и внутренней аудиторией.
5. Основные направления организации работы специалиста по генерации идей со СМИ.
6. Технологии конструирования новшеств.
7. Виды информационных ресурсов для генерации нового и способы их создания.
8. Виды исследований в креативной работе.
9. Типология креативной работы.
10. Структура кампаний креативного типа.

#### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Методы оценки эффективности креативной работы.
2. Метод мозгового штурма и его модификация в методе «Дельфи». Общие принципы проведения мозговой атаки.
3. Техника номинальной группы.
4. Генерация образов. Основной процесс и необходимая информация.
5. Моделирование практической реализации идей.
6. Техника «Разумной алгебры» Бенджамина Франклина»
7. Состояние креатологии в Нижнем Новгороде.
8. Стереотипное мышление. Отрицательные и положительные стереотипы клиентов. Формирование стереотипов.
9. Креатив в PR-кампаниях и проектах. Креатив в специальных мероприятиях.
10. Специальные техники рекламного конструирования. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)



Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Оценка «зачтено» предполагает развернутый ответ на вопрос и предполагает подкрепление теории практическими, креативными примерами. Ориентация студента в материале курса. Знание событий в частичном объеме, достаточном для формирования представления об основных процессах и современных проблемах развития связей с общественностью и рекламы.
не зачтено	Оценку «не зачтено» студент получает в случае незнания ответа на вопрос или ошибок в базовых определениях и понятиях. Знание только ключевых моментов из курса: общая осведомленность о основах функционирования технологий связей с общественностью и рекламы.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2022. - 552 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/488737> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-14843-5 : 1659.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=820120&idb=0>.
2. Намаконов Игорь. Креативность: 31 способ заставить мозг работать : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2019. - 264 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-96142-638-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=630391&idb=0>.
3. Москалев С. М. Реклама и связи с общественностью в профессиональной деятельности : учеб. пособие / Москалев С. М., Семилетова Я. И., Виноградова Т. Г. - 2-е изд., доп. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. - 150 с. - Книга из коллекции СПбГАУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=826994&idb=0>.
4. Антонова Наталия Васильевна. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 325 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-16-011795-9. - ISBN 978-5-16-104247-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=594147&idb=0>.
5. Теория и практика креативной деятельности / Карлова О.А., Ноздренко Е.А., Пантелеева И.А., Карлов И.А. - Москва : СФУ, 2012., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=648332&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Андреева И. Н. Эмоциональный интеллект и эмоциональная креативность: специфика и взаимодействие : монография / Андреева И. Н. - Новополюцк : ПГУ, 2020. - 356 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ПГУ - Психология. Педагогика. - ISBN 978-985-531-717-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=751939&idb=0>.
2. Интеллект и креативность в условиях социальной среды / Тихомирова Т.Н. - Москва : Институт

психологии РАН, 2010., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=637088&idb=0>.

3. Горкина Марина Б. PR на 100% : как стать хорошим менеджером по PR. - 3-е изд. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. - 240 с. - (PR: проба. 2003). - ISBN 5-9614-0148-0 : 146.00., 1 экз.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс]

<http://www.akarussia.ru/>

Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг - российское PR-агентство [электронный ресурс] // [www.pr-club.com](http://www.pr-club.com)

Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru), .

Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru).

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, специализированным оборудованием: специальные кабинеты, оборудованные мультимедийными средствами обучения; методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.