

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:45:35
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.03.02 Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных организациях

(наименование образовательной программы)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2026
Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

*Вольская Екатерина Степановна, кандидат культурологии, доцент
кафедры журналистики и медиакоммуникаций РАНХиГС*

Заведующий кафедрой:

*Ким Максим Николаевич, доктор филологических наук, профессор
заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций РАНХиГС*

Рабочая программа дисциплины *Б1.В.ДЭ.03.02 «Краудсорсинг в рекламе и
связях с общественностью»* одобрена на заседании кафедры
журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий

Протокол № 4 от 09.04.2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДЭ.03.02 «Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации" (Зарегистрировано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973)	ПК-5	Способен проконтролировать продвижение продукции любых СМИ и оценить эффективность результатов продвижения продукции в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-5.3	Организует продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания	ПК-5.3. 3-1. Гражданское законодательство Российской Федерации ПК-5.3. 3-3. Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность ПК-5.3. У-5. Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академ. часов.

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем составляет 67 академ. часов, лекционные занятия 24 академ. часов, практические занятия 32 академ. часов, консультации 2 академ. часа, на контактную работу на аттестацию в период экзаменационных сессий 9 академ. часов и на самостоятельную работу обучающихся – 95 академ. часа.

Место дисциплины. Дисциплина Б1.В.ДЭ.03.02 «Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплинам по выбору. Дисциплина изучается в 8 семестре и закладывает теоретический и методологический фундамент для работы выпускника в политических партиях, избирательных комиссиях различного уровня, а также при прохождении преддипломной практики и для подготовки выпускной квалификационной работы.

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин, как «Социология» и «Социология массовых коммуникаций», «Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления», «Связи с общественностью в "электронном государстве"».

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для написания квалификационной работы бакалавра.

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		К	ИКСП	КЭ					Кат тэк	К о н т р о л ь
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ												
Тема 1	Теоретические основы краудсорсинга в коммуникациях	10	6			6								20	Опрос Дискуссия
Тема 2	Технологии и инструменты краудсорс		4			8								20	Опрос Дискуссия

	инга													
Тема 3	Краудсорсинг в брендинге и рекламе		6			6							20	Опрос Дискуссия
Тема 4	Краудсорсинг в связях с общественностью		4			6							15	Опрос Дискуссия
Тема 5	Управление краудсорсинговыми проектами		4			6							20	Опрос Дискуссия
Промежуточная аттестация		38							2	18				экзамен
Итого		180	24			32			2	9/18			95	8

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

ТЕМА 1. Теоретические основы краудсорсинга в коммуникациях ПК-5.3

Краткое описание: Введение в дисциплину. Изучение философских и методологических основ краудсорсинга как современной технологии управления коммуникационными проектами. Анализ эволюции подходов к привлечению коллективного интеллекта.

Содержание:

- Определение, сущность и виды краудсорсинга
- Исторические предпосылки развития краудсорсинга
- Отличие краудсорсинга от смежных понятий (краудфандинг, пользовательский контент)
- Психологические основы коллективного творчества
- Правовые и этические аспекты краудсорсинга
- Кейсы успешного применения в глобальных коммуникационных кампаниях

ТЕМА 2. Технологии и инструменты краудсорсинга ПК-5.3

Краткое описание: Практическое освоение технологической базы краудсорсинга. Изучение специализированных платформ и инструментов для управления краудсорсинговыми проектами.

Содержание:

- Классификация краудсорсинговых платформ
- CRM-системы для управления сообществом
- Технологии модерации и оценки контента
- Инструменты анализа и сегментации участников
- Методы геймификации в краудсорсинге
- Интеграция с digital-инструментами (SMM, SEO, аналитика)

ТЕМА 3. Краудсорсинг в брендинге и рекламе ПК-5.3

Краткое описание: Специализированное изучение применения краудсорсинга для решения конкретных задач брендинга и рекламы. Отработка навыков на реальных кейсах.

Содержание:

- Краудсорсинг в нейминге и создании слоганов
- Привлечение сообщества к разработке рекламных концепций
- UGC (User Generated Content) в рекламных кампаниях
- Краудсорсинг в упаковке и дизайне
- Оценка эффективности краудсорсинговых рекламных проектов
- Управление рисками и репутационные аспекты
-

ТЕМА 4. Краудсорсинг в связях с общественностью ПК-5.3

Краткое описание: Изучение применения краудсорсинговых технологий для решения задач PR. Фокус на управлении репутацией и построении долгосрочных отношений с общественностью.

Содержание:

- Краудсорсинг в исследовании общественного мнения
- Привлечение сообщества к решению социальных проблем бренда
- Управление репутацией через краудсорсинговые платформы
- Краудсорсинг в антикризисных коммуникациях
- Построение лояльного сообщества вокруг бренда
- Измерение эффективности PR-краудсорсинга

ТЕМА 5. Управление краудсорсинговыми проектами ПК-5.3

Краткое описание: Освоение навыков стратегического планирования и управления комплексными краудсорсинговыми проектами. Изучение методов оценки эффективности и оптимизации процессов.

Содержание:

- Стратегическое планирование краудсорсинговых проектов
- Методы мотивации и удержания участников
- Бюджетирование и расчет ROI
- Управление качеством контента
- Адаптация краудсорсинга к российским реалиям
- Разработка итогового краудсорсингового проекта для реального бренда

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДЭ.03.02 «Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого	Прочитайте текст и	1. Внимательно прочитать текст задания и	Ответ считается верным, если

типа на установление последовательности	установите последовательность	<p>понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2.Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3.Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4.Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2.Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3.Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС.

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

1.2. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Устный опрос, дискуссия

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

ТЕМА 1. Теоретические основы краудсорсинга в коммуникациях ПК-5.3

Вопросы для устного опроса:

1. Дайте определение краудсорсинга как современной коммуникационной технологии.
2. Охарактеризуйте исторические предпосылки становления краудсорсинга в бизнес-коммуникациях.

3. Назовите и раскройте три ключевых принципа организации краудсорсинговых проектов.
4. В чем заключаются ключевые различия между краудсорсингом и краудфандингом?
5. Опишите основные модели краудсорсинга и их практическое применение в коммуникациях.
6. Каковы психологические основы коллективного творчества в краудсорсинге?
7. Перечислите основные преимущества и риски использования краудсорсинга в рекламе.
8. Охарактеризуйте правовые аспекты использования контента, созданного в рамках краудсорсинга.
9. Какие этические дилеммы могут возникнуть при организации краудсорсинговых проектов?
10. Приведите пример успешного применения краудсорсинга в глобальной рекламной кампании.

ТЕМА 2. Технологии и инструменты краудсорсинга ПК-5.3

Вопросы для устного опроса:

1. Опишите классификацию современных краудсорсинговых платформ.
2. Каковы критерии выбора краудсорсинговой платформы для решения конкретных коммуникационных задач?
3. Перечислите основные функциональные возможности CRM-систем для управления краудсорсинговым сообществом.
4. Как используются технологии модерации в крупных краудсорсинговых проектах?
5. Охарактеризуйте методы оценки и ранжирования контента в краудсорсинге.
6. Какие инструменты анализа участников наиболее эффективны для сегментации краудсорсингового сообщества?
7. Опишите принципы геймификации в краудсорсинговых системах.
8. Как осуществляется интеграция краудсорсинговых платформ с инструментами цифровой аналитики?
9. Каковы особенности управления большими данными в краудсорсинговых проектах?
10. Перечислите ключевые метрики эффективности работы краудсорсинговой платформы.

ТЕМА 3. Краудсорсинг в брендинге и рекламе ПК-5.3

Вопросы для устного опроса:

1. Дайте характеристику основным направлениям применения краудсорсинга в брендинге.

2. Опишите технологию организации краудсорсингового проекта по созданию нейминга и слоганов.
3. Каковы особенности привлечения сообщества к разработке рекламных концепций?
4. Перечислите критерии эффективности рекламных кампаний.
5. Охарактеризуйте методику оценки креативных идей в краудсорсинговых проектах.
6. Каковы особенности применения краудсорсинга в дизайне упаковки?
7. Опишите систему мотивации участников в рекламных краудсорсинговых проектах.
8. Какие репутационные риски необходимо учитывать при использовании краудсорсинга в брендинге?
9. Как измеряется эффективность вложенных средств краудсорсинговых рекламных проектов?
10. Приведите пример успешного применения краудсорсинга в ребрендинге.

ТЕМА 4. Краудсорсинг в связях с общественностью ПК-5.3

Вопросы для устного опроса:

1. Опишите методику использования краудсорсинга для исследования общественного мнения.
2. Каковы особенности привлечения сообщества к решению социальных проблем бренда?
3. Перечислите инструменты управления репутацией через краудсорсинговые платформы.
4. Как применяется краудсорсинг в антикризисных коммуникациях?
5. Охарактеризуйте технологию построения лояльного сообщества вокруг бренда.
6. Каковы особенности модерации контента в PR-краудсорсинге?
7. Опишите методику измерения эффективности краудсорсинга в связях с общественностью.
8. Как осуществляется управление коммуникацией с участниками краудсорсингового проекта?
9. Каковы правовые аспекты использования краудсорсинга в политическом PR?
10. Приведите пример успешного применения краудсорсинга в социальных проектах.

ТЕМА 5. Управление краудсорсинговыми проектами ПК-5.3

Вопросы для устного опроса:

1. Опишите методологию стратегического планирования краудсорсинговых проектов.

2. Каковы современные тенденции развития краудсорсинга в глобальных коммуникациях?
3. Перечислите ключевые этапы управления жизненным циклом краудсорсингового проекта.
4. Как рассчитывается бюджет и ROI комплексного краудсорсингового проекта?
5. Охарактеризуйте систему KPI для оценки эффективности краудсорсинговых инициатив.
6. Каковы особенности адаптации международных краудсорсинговых практик к российским реалиям?
7. Опишите методику управления качеством контента в краудсорсинговых проектах.
8. Каковы особенности правового регулирования краудсорсинга в российской юрисдикции?
9. Перечислите современные тренды развития краудсорсинговых технологий.
10. Приведите пример провального краудсорсингового проекта и проанализируйте причины неудачи.

ТЕМА 1. Теоретические основы краудсорсинга в коммуникациях ПК-5.3

Вопросы для дискуссии:

1. Является ли краудсорсинг эксплуатацией креативного труда или справедливой демократизацией творчества?
2. Может ли краудсорсинг стать угрозой для профессиональных сообществ в рекламе и PR?
3. Где проходит грань между краудсорсингом и манипуляцией общественным мнением?
4. Можно ли считать краудсорсинг полноценной заменой традиционным рекламным агентствам?
5. Не превращается ли краудсорсинг в инструмент для получения дешевых идей вместо качественных решений?

ТЕМА 2. Технологии и инструменты краудсорсинга ПК-5.3

Вопросы для дискуссии:

1. Не ведет ли цифровизация краудсорсинга к дегуманизации творческого процесса?
2. Является ли алгоритмическая модерация в краудсорсинге цензурой или необходимым фильтром?
3. Могут ли технологии полностью заменить человеческое участие в оценке краудсорсинговых проектов?
4. Не создает ли геймификация в краудсорсинге иллюзию участия вместо реальной вовлеченности?

5. Становится ли краудсорсинг инструментом для сбора данных о пользователях под видом творческих конкурсов?

ТЕМА 3. Краудсорсинг в брендинге и рекламе ПК-5.3

Вопросы для дискуссии:

1. Не разрушает ли краудсорсинг целостность бренда, позволяя случайным людям влиять на его развитие?
2. Является ли UGC (пользовательский контент) признаком доверия к бренду или его недостаточной профессиональности?
3. Может ли краудсорсинг привести к обесцениванию профессионального дизайна и копирайтинга?
4. Не становятся ли краудсорсинговые кампании способом переложения ответственности за провал на сообщество?
5. Где грань между вдохновением пользовательскими идеями и плагиатом в краудсорсинге?

ТЕМА 4. Краудсорсинг в связях с общественностью ПК-5.3

Вопросы для дискуссии:

1. Можно ли доверять краудсорсингу в кризисных ситуациях, где важна скорость и точность?
2. Не подменяет ли краудсорсинг в PR настоящее общественное мнение искусственно созданным?
3. Является ли краудсорсинг в социальных проектах инструментом изменения общества или пиар-ходом?
4. Может ли краудсорсинг в политическом PR манипулировать демократическими процессами?
5. Не ведет ли краудсорсинг к созданию "фасадных" сообществ вместо реального диалога с общественностью?

ТЕМА 5. Управление краудсорсинговыми проектами ПК-5.3

Вопросы для дискуссии:

1. Можно ли считать успешным краудсорсинговый проект с высоким вовлечением, но низким качеством контента?
2. Не является ли краудсорсинг временным трендом, который исчезнет с развитием искусственного интеллекта?
3. Должны ли участники краудсорсинга получать долю прибыли от успешных проектов?
4. Может ли чрезмерная стандартизация убить креативность в краудсорсинге?
5. Не ведет ли краудсорсинг к созданию "дизайна по комитету", где теряется оригинальность?

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,1	10
КТ 3	100	0,1	10
КТ 4	100	0,1	10
КТ 5	100	0,2	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1.

Тема 1.

Дискуссия

Устный опрос

КТ-2.

Тема 2.

Дискуссия

Устный опрос

КТ-3.

Тема 3.

Дискуссия

Устный опрос

КТ-4.**Тема 4.**ДискуссияУстный опрос**КТ-5.****Тема 5.**ДискуссияУстный опрос

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Критерии оценивания дискуссии:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Глубина понимания темы	0-20	Системное раскрытие ключевых аспектов темы, демонстрация понимания теоретических концепций и их практического применения. Использование релевантной терминологии и опора на научные источники.
Аргументация и доказательность	0-20	Логическая обоснованность высказываний, приведение конкретных примеров и фактов. Умение строить причинно-следственные связи и подкреплять позицию доказательствами из теории и практики.
Критическое мышление и анализ	0-20	Способность к анализу различных точек зрения, выявление противоречий и неочевидных аспектов проблемы. Глубина рефлексии, оценка ограничений рассматриваемых подходов и методов.
Коммуникативная эффективность	0-20	Ясность и структурированность изложения, точность формулировок, уместное использование терминологии. Умение вести конструктивный диалог, учитывать

		контраргументы и адаптировать стиль коммуникации к аудитории.
Практическая ориентированность	0-20	Способность применять теоретические знания к решению практических задач, предлагать конкретные рекомендации и прогнозировать последствия их реализации. Учет профессионального контекста и реальных ограничений.
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания устного опроса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	0-25	Детальное, последовательное описание проблемного вопроса с конкретными примерами
<i>Стилистика</i>	0-25	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
<i>Логика изложения</i>	0-25	Чёткая последовательность изложения
<i>Оригинальность</i>	0-25	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится в письменной форме. Обучающийся получает билет с вариантами 2-х вопросов различного типа: практический и теоретический вопрос. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 30 минут. По завершении подготовки необходимо представить ответы

в письменном виде.

Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ – в форме обоснованных ответов на вопросы различного типа.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Перечень вопросов к экзамену

1. Раскройте сущность краудсорсинга как технологии организации коллективной деятельности.
2. Охарактеризуйте исторические предпосылки возникновения краудсорсинга в бизнес-коммуникациях.
3. Назовите и опишите основные виды краудсорсинга, применяемые в рекламной деятельности.
4. Объясните ключевые различия между краудсорсингом и краудфандингом.
5. Раскройте содержание основных принципов организации краудсорсинговых проектов.
6. Опишите психологические механизмы мотивации участников краудсорсинговых сообществ.
7. Проанализируйте правовые аспекты использования результатов краудсорсинга.
8. Охарактеризуйте этические нормы и ограничения в краудсорсинговой деятельности.
9. Объясните классификацию современных платформ для организации краудсорсинга.
10. Опишите критерии выбора технологических решений для краудсорсинговых проектов.
11. Раскройте содержание основных функций систем модерации в краудсорсинге.
12. Охарактеризуйте методы оценки качества контента в краудсорсинговых проектах.
13. Объясните принципы геймификации в организации краудсорсинговых систем.
14. Опишите технологию интеграции краудсорсинговых платформ с инструментами анализа данных.
15. Раскройте содержание основных направлений применения краудсорсинга в брендинге.
16. Охарактеризуйте методику организации краудсорсингового проекта по созданию названия бренда.

17. Объясните особенности привлечения сообщества к разработке рекламных концепций.
18. Опишите критерии эффективности пользовательского контента в рекламных кампаниях.
19. Раскройте содержание методов оценки творческих предложений в краудсорсинге.
20. Охарактеризуйте систему мотивации участников рекламных краудсорсинговых проектов.
21. Объясните методику использования краудсорсинга для изучения общественного мнения.
22. Опишите технологию привлечения сообщества к решению социальных проблем.
23. Раскройте содержание инструментов управления репутацией через краудсорсинговые платформы.
24. Охарактеризуйте применение краудсорсинга в антикризисных коммуникациях.
25. Объясните методы построения лояльного сообщества вокруг бренда.
26. Опишите методику расчета эффективности краудсорсинговых проектов.
27. Раскройте содержание основных этапов управления краудсорсинговым проектом.
28. Охарактеризуйте систему показателей для оценки результативности краудсорсинга.
29. Объясните особенности адаптации международного опыта краудсорсинга в российских условиях.
30. Опишите современные тенденции развития краудсорсинговых технологий в глобальных коммуникациях.

Типовое практическое задание для экзамена

Кейс: Краудсорсинг как инструмент повышения вовлеченности аудитории.

Ситуация:

Косметический бренд запускает новую линейку экопродукции, но сталкивается с низкой вовлеченностью целевой аудитории — женщин 25-35 лет.

Задание:

Продемонстрируйте начало презентации краудсорсингового проекта для руководства бренда (первые 3-4 минуты). Сформулируйте цель проекта и предложите 3-4 ключевых направления краудсорсинговой активности.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации.

1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

Вопрос: Какой из перечисленных принципов является базовым для краудсорсинга?

- а) Передача задач ограниченному кругу проверенных подрядчиков
- б) Решение задач силами постоянных сотрудников компании
- с) Привлечение к решению задач неопределенного круга лиц через открытый призыв
- д) Выполнение работ исключительно на безвозмездной основе

2. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

Вопрос: Краудсорсинг в рекламе наиболее эффективен для:

- а) Разработки сложных финансовых отчетов
- б) Создания пользовательского контента и генерации идей
- с) Проведения внутреннего аудита компании
- д) Запуска конфиденциальных производственных процессов

3. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры вариантов ответа.

Вопрос: Установите соответствие между видом краудсорсинга и его описанием:

- Краудсорсинг идей
- Пользовательский контент (UGC)
- Краудфандинг

А) Сбор средств от сообщества на реализацию проекта

- Б) Создание силами сообщества фото, видео или текстовых материалов для бренда
- В) Привлечение широкой аудитории к генерации и отбору инновационных предложений

4. Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры вариантов ответа.

Вопрос: Установите соответствие между этапом краудсорсингового проекта и его содержанием:

Подготовительный этап

Этап реализации

Завершающий этап

- А) Модерация контента, взаимодействие с участниками, поддержка активности
- Б) Анализ результатов, награждение победителей, внедрение решений
- В) Формулировка задачи, выбор платформы, разработка правил участия

5. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа.

Вопрос: Какие из перечисленных характеристик относятся к преимуществам краудсорсинга? (Выберите три варианта)

- а) Высокая скорость принятия решений
- б) Доступ к разнообразным идеям и решениям
- с) Снижение затрат на выполнение задач
- д) Гарантированное качество результатов
- е) Повышение вовлеченности аудитории

6. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа.

Вопрос: Какие из перечисленных критериев используются для оценки пользовательского контента (UGC) в краудсорсинге? (Выберите три варианта)

- а) Соответствие бренд-буку
- б) Количество подписчиков автора
- с) Оригинальность и креативность
- д) Вовлеченность аудитории (лайки, комментарии)
- е) Соответствие техническим требованиям

7. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры вариантов ответа в нужной последовательности.

Вопрос: Установите правильную последовательность этапов организации краудсорсингового проекта:

- А) Разработка системы мотивации участников
- Б) Формулировка четкой задачи и целей проекта
- В) Выбор платформы и техническая подготовка
- Г) Анализ результатов и подведение итогов

8. Задание закрытого типа на установление последовательности

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры вариантов ответа в нужной последовательности.

Вопрос: Установите правильную последовательность уровней вовлеченности участников краудсорсингового сообщества (от низшего к высшему):

- А) Активный создатель контента
- Б) Пассивный наблюдатель
- В) Критик и комментатор
- Г) Лидер мнений

9. Задание комбинированного типа с выбором ответа и обоснованием

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Вопрос: Компания запускает новый продукт и хочет привлечь целевую аудиторию к созданию рекламного контента. Какой вид краудсорсинга будет наиболее эффективен?

- а) Краудфандинг
- б) UGC (пользовательский контент)
- с) Краудсорсинг идей
- d) Краудсорсинг данных

10. Задание комбинированного типа с выбором ответа и обоснованием

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Вопрос: Бренд столкнулся с кризисом репутации из-за некачественного продукта. Какой инструмент краудсорсинга поможет восстановить доверие?

- а) Конкурс на лучший дизайн упаковки
- б) Сбор отзывов и предложений по улучшению продукта
- с) Краудфандинг нового продукта
- d) Создание вирусного видеоконтента

11. Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ.

Вопрос: Опишите ключевые различия между краудсорсингом и краудфандингом. Приведите по два примера успешного применения каждого подхода в рекламной деятельности.

12. Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ.

Вопрос: Раскройте содержание основных принципов организации краудсорсинговых проектов и проиллюстрируйте их практическое применение на примере создания рекламной кампании для нового бренда.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к зачету пройдет в виде онлайн-встречи в приложении МТС Линк.

Зачет будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для зачета и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокamеры. Видеокamеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий

после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Синяева, И. М. Реклама, PR, имидж : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20256-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569277> (дата обращения: 09.11.2025).

2. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 459 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557156> (дата обращения: 09.11.2025).

3. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566389> (дата обращения: 09.11.2025).

8.2. Дополнительная литература

1. Хау, Джефф. Краудсорсинг : коллективный разум как инструмент развития бизнеса : перевод с английского / Джефф Хау. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 287 с.; 22 см.; ISBN 978-5-9614-1889-7- Текст : электронный // <https://viewer.rsl.ru/ru/> (дата обращения: 07.11.2025).

2. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19453-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560303> (дата обращения: 07.11.2025).

3. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для вузов / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 331 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16399-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559999> (дата обращения: 07.11.2025).

4. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз. — М.: Аспект Пресс. 2020. — http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69084

5. Голубкова Е.Н. Интегрированные коммуникации: учебник для студентов учреждений высш. образования, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / [О. В. Сагинова и др.]; под ред. О.В. Сагиновой. — М.: Юрайт, 2020. — <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/DFDC41E7-D38B-42B0-B63B-66030591B9C5#page/1>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

1	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.