


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о документе  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 27.04.2024 12:22:12  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058349a2338d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель КСН

 В.В. Пленкина  
« 30 » 08 20 21 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Креативные технологии в информационном пространстве

Направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 30.08.2021 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», направленность «Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности» к результатам освоения дисциплины «Креативные технологии в информационном пространстве»

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от 30.08.2021 г.

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоножко

Руководитель образовательной программы



А.А.Габудина

Рабочую программу разработал:

О.В. Третьякова, доцент кафедры МиМУ, к.с.н.

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся знание, умение и навыки осуществления креативных технологий в информационном пространстве.

**Задачи дисциплины:**

- изучение теоретических основ креатива в рекламной деятельности;
- анализ стратегических и тактических действий, связанных с разработкой эффективных рекламных обращений;
- знакомство с технологией производства рекламной продукции для различных средств распространения.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Креативные технологии в информационном пространстве» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана, блоку общеуниверситетских элективных дисциплин.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:** фундаментальных информационных технологий

**Умение:** использовать инструменты и методы продвижения в информационном пространстве

**Владение:** навыками разработки рекламных обращений.

Содержание дисциплины «Креативные технологии в информационном пространстве» является логическим продолжением содержания дисциплин: «Эффективные коммуникации», «Цифровая культура» и служит основой для дисциплины «Психотехнологии продажи товаров» и «Организация управления интернет-продажами».

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач.	Знать З 1. основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода
		Уметь У1. осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации.

## 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	2/4	16		32	60	зачет

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины.

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Креатив и стратегия рекламы	4	-	8	15	30	УК-1.1	лабораторные работы
2	2	Бриф – исходные данные для креатива	4	-	8	15	26	УК-1.1	лабораторные работы
3	3	Создание рекламного образа	4	-	8	15	20	УК-1.1	лабораторные работы
4	4	Стереотипизация в рекламе	4	-	8	15	32	УК-1.1	лабораторные работы
Итого:			16	-	32	60	108		

#### Заочная форма обучения (ЗФО)

Не реализуется.

#### Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

### 5.2. Содержание дисциплины.

#### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

##### Раздел 1. Креатив и стратегия рекламы

Основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода. Маркетинговая составляющая рекламного сообщения. Принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач. Средства рекламирования продукции. Инструменты и технологии продвижения в информационном пространстве.

##### Раздел 2. Бриф – исходные данные для креатива

Анализ и систематизация разнородных данных, оценка эффективности процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. Бриф – критерий эффективности. Структура и содержание брифа. Особенности и приемы разработки креативного брифа и креативной концепции.

##### Раздел 3. Создание рекламного образа

Мотивационный анализ в рекламе. Брендинг. Источники и критерии выбора имени бренда. Разработка логотипа. Формирование слогана. Психологические основы в разработке рекламного обращения.

##### Раздел 4. Стереотипизация в рекламе.

Стереотип и стереотипизация в рекламе. Стереотип в познании и сознании. Свойства и виды стереотипов. Стереотипизация рекламы. Нестандартная реклама, ее типы и задачи.

## 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	3	5	6
1	1	4	-	-	Креатив и стратегия рекламы
2	2	4	-	-	Бриф – исходные данные для креатива
3	3	4	-	-	Создание рекламного образа
4	4	4	-	-	Стереотипизация в рекламе
Итого:		16	-	-	

### Практические занятия

Практические занятия учебным планом не предусмотрены

### Лабораторные работы

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лабораторной работы
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	8	-	-	Креатив и стратегия рекламы
2	2	8	-	-	Бриф – исходные данные для креатива
3	3	8	-	-	Создание рекламного образа
4	4	8	-	-	Стереотипизация в рекламе
Итого:		32	-	-	-

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	15	-	-	Креатив и стратегия рекламы	Подготовка к лабораторным работам
2	2	15	-	-	Бриф – исходные данные для креатива	Подготовка к лабораторным работам
3	3	15	-	-	Создание рекламного образа	Подготовка к лабораторным работам
4	4	15	-	-	Стереотипизация в рекламе	Подготовка к лабораторным работам
Итого:		60			Х	Х

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

## 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

## 7. Контрольные работы

Контрольные работы не предусмотрены учебным планом

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблицах 8.1-8.2.

3 семестр

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Лабораторная работа 1	15
1.2	Лабораторная работа 2	15
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Лабораторная работа 3	15
2.2	Лабораторная работа 4	15
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Лабораторная работа 5	20
3.2	Лабораторная работа 6	20
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Прспект»;

– ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

## **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## **11. Методические указания по организации СРС**

11.1. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

**Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания**

Дисциплина Креативные технологии в информационном пространстве

Код, направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль): Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	4	6	7
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач.	Знать З 1. основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода	Не знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода	Знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода, допуская ряд ошибок	Знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает принципы основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода
		Уметь У1. осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации.	Не умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации	Частично умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации	Умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации



**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина **Креативные технологии в информационном пространстве**  
 Код, направление подготовки **38.03.06 Торговое дело**  
 Направленность **Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности**

№ п/п	Название учебного и учебно-методического издания, автор, издательство, вид, год издания	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обуч-ся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обуч-ся литературой, %	Наличие эл.варианта в ЭБС ТИУ
1	Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/78258.html">https://www.iprbookshop.ru/78258.html</a>	ЭР*	30	100	+
2	Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/75200.html">https://www.iprbookshop.ru/75200.html</a>	ЭР*	30	100	+

\*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru>.

Руководитель образовательной программы \_\_\_\_\_ *А.А.Габудина* А.А.Габудина

Директор БИК \_\_\_\_\_ Д. Х. Каюкова

30.08 2021 г.



*М. И. Сайнберг*