


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 17:15:36
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН
 М.Л. Белоножко
«28» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Креативные технологии в информационном пространстве

направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа

форма обучения: очная / заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8. 06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Цифровые коммуникации и новые медиа к результатам освоения дисциплины «Креативные технологии в информационном пространстве»

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления
Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

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



1. Цели и задачи освоения дисциплины

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

Основными задачами изучения курса являются:

1. Оценивать последствия профессиональной деятельности при продвижении продукции в информационном пространстве.
2. Прогнозирование возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений при продвижении в информационном пространстве.
3. Обоснование формирования креативной технологии как фактора успешной работы рекламного агентства.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Креативные технологии в информационном пространстве» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Теория массовых коммуникаций»; «Современная медиаиндустрия».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- маркетинговых технологий используемых в информационном пространстве;
- основ внутренней поисковой оптимизации информации.

Умения:

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии в информационном пространстве;
- интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций в информационном пространстве.

Владение:

- навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ в информационном пространстве;
- навыками использования маркетинговых технологий и инструментов в информационном пространстве.

Содержание дисциплины «Креативные технологии в информационном пространстве» служит основой для освоения дисциплин: «Медиа технологии в современных коммуникациях», «Управление интегрированными коммуникациями».

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 (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПКС-3. Способность принимать участие в поиске и	Знать ПКС-3. 3.3.1. знает принципы копирайтинга и рерайта	ПКС-3. 3.3.1. знает принципы копирайтинга и рерайта при разработке материалов в

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
анализе информации, определении структуры и создании контента		информационном пространстве
	Уметь ПКС-3. У.3.1. Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком ПКС-3. У.3.2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты	ПКС-3. У.3.1. Умеет писать тексты для цифровой среды ПКС-3. У.3.2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве
	Владеть ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)	ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий

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	1/2	34	17	-	30+27	Экзамен, курсовая работа
заочная	1/2	8	8	-	83+9	Экзамен, курсовая работа

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

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	Коммуникационные технологии в информационном пространстве	8	2	-	7	17	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9.	Собеседование
2	2	Продвижение продукции СМИ в информационном	8	4	-	7	19	ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3.	Собеседование

№ 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
		пространстве						ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7.	
3	3	Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта	8	2	-	7	17	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7.	Собеседование, презентация
4	4	Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве	10	9	-	9	28	ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2. В.2.4. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7.	Собеседование, презентация
5	Экзамен		-	-	-	27	27	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2. В.2.4. ПКС-3. 3.3.9. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7.	Экзаменационные вопросы
Итого:			34	17	-	57	108		

заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.2

№ 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	Коммуникационные технологии в информационном пространстве	2	2	-	20	24	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9.	Собеседование
2	2	Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве	2	2	-	20	24	ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7.	Собеседование
3	3	Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта	2	2	-	20	24	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7.	Собеседование, презентация
4	4	Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве	2	2	-	23	27	ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2. В.2.4. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7.	Собеседование, презентация
5	Экзамен		-	-	-		9	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2.	Экзаменационные вопросы

№ 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
								ПКС-3. 3.3.9. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7.	
Итого:			8	8	-	83	108		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Коммуникационные технологии в информационном пространстве».

Понятие коммуникационных технологий. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Цели коммуникационных технологий в информационном пространстве.

Раздел 2. «Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве».

Процесс продвижения продукции. Целевая аудитория. Маркетинговая составляющая рекламного сообщения. Креатив и стратегия рекламы.

Раздел 3. «Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта».

Проблема решения творческих задач в продвижении продукции. Бренд-концепция (brand character - характер бренда, brand essence - сущность бренда) и ее элементы. Нестандартная реклама, ее типы и задачи. Эпатажная реклама. Юмор в рекламе.

Раздел 4. «Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве».

Выбор маркетинговых технологий и инструментов продвижения продукции. Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ. Разработка рекламных материалов.

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	4	5	6
1	1	8	2	-	Коммуникационные технологии в информационном пространстве
2	2	8	2	-	Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве
3	3	8	2	-	Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					рекламного продукта
4	4	10	2	-	Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве
Итого:		34	8	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	2	-	Коммуникационные технологии в информационном пространстве
2	2	3	2	-	Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве
3	3	2	2	-	Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта
4	4	9	2	-	Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве
Итого:		17	8	X	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	7	20	-	Коммуникационные технологии в информационном пространстве	Подготовка к собеседованию
2	2	7	20	-	Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве	Подготовка к собеседованию
3	3	7	20	-	Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта	Подготовка к собеседованию Подготовка презентации
4	4	9	23	-	Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве	Подготовка к собеседованию Подготовка презентации

5	1-4	27		-	-	Подготовка к экзамену
Итого:		57	83	X	X	X

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

6.2. Тематика курсовых работ

1. Креативные технологии в продвижении продукции
2. Изобразительные методы продвижения продукции в информационном пространстве
3. Современные технологии продвижения продукции в информационном пространстве
4. Анимированные GIF изображения в продвижении продукции
5. Социальные сети в продвижении продукции
6. Современные презентации при продвижении продукции в информационном пространстве
7. Веб-сайт как технология продвижения продукции в информационном пространстве
8. Стереотипизация в продвижении продукции
9. Создание рекламного образа
10. Брендинг как технология продвижения продукции
11. Нестандартная реклама, ее типы и задачи
12. Особенности использования юмора в рекламе
13. Эпатажная реклама в продвижении продукции
14. Креатив и потребности целевой аудитории
15. Маркетинговая составляющая продвижения в информационном пространстве

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

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 таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Собеседование по теме 1	15
1.2	Собеседование по теме 2	15
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
2.1	Готовая презентация по теме 3	15
2.2	Собеседование по теме 3	15
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
3 текущая аттестация		
3.1	Готовая презентация по теме 4	25
3.2	Собеседование по теме 4	15
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1.1	Собеседование по теме 1	15
1.2	Собеседование по теме 2	15
2.1	Готовая презентация по теме 3	15
2.2	Собеседование по теме 3	15
3.1	Готовая презентация по теме 4	25
3.2	Собеседование по теме 4	15
	ВСЕГО	100

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 ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО 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 выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений магистратуры, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 26с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Креативные технологии в информационном пространстве
 Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
 Программа: Цифровые коммуникации и новые медиа

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-3. Способность принимать участие в поиске и анализе информации, определении структуры и создании контента	ПКС-3. 3.3.1. знает принципы копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве	Не знает принципы копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве	Демонстрирует отдельные знания принципов копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве	Демонстрирует достаточные знания принципов копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве	Демонстрирует исчерпывающие знания принципов копирайтинга и рерайта при разработке материалов в информационном пространстве
	ПКС-3. У.3.1. Умеет писать тексты для цифровой среды	Не умеет писать тексты для цифровой среды	Частично умеет писать тексты для цифровой среды	Умеет писать тексты для цифровой среды	В совершенстве умеет писать тексты для цифровой среды
	ПКС-3. У.3.2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве	Не умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве	Частично умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве	Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве	В совершенстве умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты для транслирования в информационном пространстве
	ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды	Не владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды	Частично владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды	Хорошо владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды	В совершенстве владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) для цифровой среды

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий	Не владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий	Частично владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий	Хорошо владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий	В совершенстве владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) с использованием креативных технологий

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Креативные технологии в информационном пространстве
 Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
 Программа: Цифровые коммуникации и новые медиа

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
	2	3	4	5	6
1	Кириллова, Н. Б. Медиapolитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 110 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/68441.html	ЭР	15	100	+
2	Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Кириллова Н. Б. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. - 184 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/68440.htm	ЭР	15	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ *Бел* М.Л. Белоножко

Директор БИК *Д.Х. Каюкова*
