

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДАЮ

_____ 202_ г.
« _____ » _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Креативные технологии в информационном пространстве

Рабочая программа для обучающихся по направлениям подготовки (специальностям), реализуемым по индивидуальным образовательным траекториям (Инженерный стандарт ТИУ, IT-стандарт ТИУ, Социально-гуманитарный стандарт ТИУ)

форма обучения: очная, заочная

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины анализ возможностей информационных технологий при формировании рекламных и PR обращений 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 и входит в общеуниверситетский блок элективных дисциплин по теме «Цифровая инженерия».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

- знание основных информационных технологий,
- умения использовать инструменты и методы продвижения в информационном пространстве,
- владение навыками разработки информационного контента.

Содержание дисциплины/модуля является логическим продолжением содержания дисциплины «Цифровая культура» и служит основой для освоения дисциплины «Системы искусственного интеллекта».

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 (модулю)
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию (задачу) и выделяет ее базовые составляющие.	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. / контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
Очная	2/4	16	-	32	60/0	Зачет
Заочная	2/4	6	-	8	90/4	Зачет
Заочная**	3/5	6	-	8	90/4	Зачет

* Учитывается для каждого направления подготовки/специальности индивидуально, в зависимости от реализуемых форм обучения для каждого года приёма

** Для обучающихся по направлениям подготовки/специальностям 21.05.04 «Горное дело»/21.05.06 «Нефтегазовая техника и технологии»

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	1	Креатив и стратегия рекламы	4	-	8	15	27	УК-1.1	лабораторные работы 1, 2
2	2	Бриф – исходные данные для креатива	4	-	8	15	27	УК-1.1	лабораторные работы 3, 4
3	3	Создание рекламного образа	4	-	8	15	27	УК-1.1	лабораторная работа 5
4	4	Стереотипизация в рекламе	4	-	8	15	27	УК-1.1	лабораторная работа 6
5	Зачет		-	-	-	-	-		
Итого:			16		32	60	108		

заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.3

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Креатив и стратегия рекламы	2	-	2	23	27	УК-1.1	лабораторные работы 1, 2
2	2	Бриф – исходные данные для креатива	1	-	2	23	26	УК-1.1	лабораторные работы 3, 4
3	3	Создание рекламного образа	2	-	2	23	27	УК-1.1	лабораторная работа 5
4	4	Стереотипизация в рекламе	1	-	2	21	24	УК-1.1	лабораторная работа 6
5	Зачет		-	-	-	4	4	УК-1.1	Вопросы к зачету
Итого:			6	-	8	94	108		

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	1	4	2	-	Креатив и стратегия рекламы
2	2	4	1	-	Бриф – исходные данные для креатива
3	3	4	2	-	Создание рекламного образа
4	4	4	1	-	Стереотипизация в рекламе
Итого:		16	6	-	

Практические занятия

Практические занятия учебным планом не предусмотрены

Лабораторные работы

Таблица 5.2.2

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

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	1	15	23	-	Креатив и стратегия рекламы	подготовка к лабораторным работам
2	2	15	23	-	Бриф – исходные данные для креатива	подготовка к лабораторным работам
3	3	15	23	-	Создание рекламного образа	подготовка к лабораторным работам
4	4	15	21	-	Стереотипизация в рекламе	подготовка к лабораторным работам
		-	4	-	Зачет	
Итого:		60	94	-		

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 (лабораторные работы).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены

7. Контрольные работы (для ЗФО)

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножко М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

7.2. Тематика контрольных работ.

1. Бриф как вектор творчества.
2. Проблема решения творческих задач. Эвристика.
3. Мотивационный анализ и его использование для создания креатива.
4. Нейминг.
5. Бренд-концепция, ее значение и составляющие.
6. Стереотип и стереотипизация в рекламе.
7. Креативная технология Disruption, ее концепты и применение в создании отечественной и зарубежной рекламы.
8. Проблема стандартизации и ее преодоления в современной рекламе.
9. Эпатажная реклама, ее категории, резонансность и особенности применения.
10. Особенности применения сексуальных мотивов и гендерных стереотипов в креативной рекламе.
11. Фанки-креатив как преодоление догм и представлений о творчестве в рекламе.
12. Использование метода морфологического анализа в конструировании рекламы.
13. Использование метода фокальных объектов в рекламе.
14. Категории и особенности применения юмора в рекламе.

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	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

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
3 текущая аттестация		
3.1	Лабораторная работа 5	20
3.2	Лабораторная работа 6	20
	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	Лабораторная работа 1	15
2	Лабораторная работа 2	15
3	Лабораторная работа 3	15
4	Лабораторная работа 4	15
5	Лабораторная работа 5	20
6	Лабораторная работа 6	20
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/модуля

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :
- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
- Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
- Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
- Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»

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

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Креативные технологии в информационном пространстве	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Креативные технологии в информационном пространстве
 Для направлений подготовки (специальностей), реализуемых по индивидуальным образовательным траекториям (Инженерный стандарт ТИУ, IT-стандарт ТИУ, Социально-гуманитарный стандарт ТИУ)

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию (задачу) и выделяет ее базовые составляющие.	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

Для направлений подготовки (специальностей), реализуемых по индивидуальным образовательным траекториям (Инженерный стандарт ТИУ, IT-стандарт ТИУ, Социально-гуманитарный стандарт ТИУ)

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : [: Текст : Электронный ресурс] : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/78249.html .	ЭР	25	100%	+
2	Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/78258.html .	ЭР	25	100%	+
3	Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : [Электронный ресурс] : практическое пособие / С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 121 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/75200.html	ЭР	25	100%	-

*ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>