

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Юридический факультет



Рабочая программа дисциплины
Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки магистратуры
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
заочная

Саратов,
2022

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Голуб О.Ю.	<i>Голуб</i>	30.05.2022
Председатель НМК	Тогузаева Е.Н.	<i>Тогузаева</i>	30.05.2022
Заведующий кафедрой	Голуб О.Ю.	<i>Голуб</i>	30.05.2022
Специалист Учебного управления			

1. Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» – формирование у студентов системы представлений о теоретических подходах и практических креативных технологиях создания интернет-контентов, медиатекстов и медиапродуктов, способах их продвижения в медиакоммуникационных каналах; рассмотреть механизмы творческого мышления и возможности их использования для разработки интернет-контента.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с существующими подходами, концепциями и методами изучения различных аспектов функционирования актуальных интернет-контентов;
- познакомить студентов с основными научными направлениями в сфере медиаисследований;
- освоить отечественный и зарубежный опыт медиаисследований; виды и типы научных медиаисследований;
- изучить современные тенденции развития мультимедийной среды, специфику различных медийных платформ, методы креативного поиска, обработки, сохранения, архивации, передачи и размещения информации различного типа;
- освоить основные теоретические принципы, методические подходы, используемые в практике креативных технологий;
- провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование в электронных средствах массовой информации.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» является факультативной дисциплиной направления подготовки 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» (ФТД..01).

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате обучения на бакалавриате и в результате изучения дисциплин ООП подготовки магистра «Социология Интернета», «Современная теория социальной коммуникации», «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Медиакультура информационного общества». Вместе с тем, дисциплина «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» изучается параллельно и является необходимой для освоения таких дисциплин, как «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Современные исследования медиакультуры», «Рекламные кампании в цифровой среде», «PR в цифровой среде»

3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-1.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и реализации коммуникационного проекта и применяет их на практике ПК-1.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.3. Осуществляет корректировку и	Знать: предметную область разработки интернет-контента и перспективы его развития Уметь: применять полученные знания и умения

	<p>контроль коммуникационных проектов и мероприятий</p> <p>ПК-1.4. Оценивает и соотносит затраты и результаты деятельности организации с целью оптимизации коммуникационных кампаний и проектов</p> <p>ПК-1.5. Осуществляет координацию процессов подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, способен дать оценку эффективности коммуникационной стратегии</p>	<p>для решения творческих задач; проводить оптимизацию интернет-контента; готовить креативный текстовый, графический, видео и аудио контент; разрабатывать проект рекламной кампании на сайте</p> <p>Владеть креативными навыками разработки, обновления, оптимизации контента</p>
<p>ПК-3</p> <p>Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ПК-3.1 Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями) ПК-3.2 Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями</p> <p>ПК-3.3 Разрабатывает и применяет современные инструменты Внутренних коммуникаций для формирования Корпоративной культуры организации</p> <p>ПК-3.4 Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать: закономерности и этапы исторического развития медиакультуры, методологию и методику изучения медиа-подходов к исследованию разных направлений функционирования современных медиаорганизаций; этапы научного исследования, принципы разработки программы исследования; основные свойства массовых информационных потоков как</p>

		<p>совокупного медиапродукта, важнейшие инновационные практики в сфере масс-медиа.</p> <p>Уметь: формулировать рациональные и аргументированные суждения о медийных продуктах и практиках; применять методы анализа и интерпретации полученных данных; применять полученные знания в процессе работы над магистерским исследованием, для создания профессиональных рекламных и орг-текстов.</p> <p>Владеть: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии мировой медиакультуре; системным подходом в современных медиаисследованиях; методами получения, анализа и накопления информации, относящейся к медиаисследованиям; поиска информации, выделения значимых единиц в информационных</p>
--	--	---

		потоках, методами анализа и интерпретации полученных данных рекламных и рг-текстах. В
--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы 72 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Се м ес тр	Нед еля сем ест ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)		Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лек ции	Практические занятия		СРС		
				Обща я трудо емко сть	Из них – прак тическ ая подго товка				
1	Тема 1.Основные методы креативного мышления	3		1			17	Блиц-опрос	
2	Тема 2.Социальный, культурный, экономический подходы в изучении и развитии творческого мышления.	3		1			17	Блиц-опрос	
3	Всего за 3 семестр (установ.) 36 часов			2			34		
4	Тема 3. Работа контент-менеджера	4		1	1	1	2	Текущий контроль: устный опрос по теории; письменные работы, обзоры	
5	Тема 4. Метод «Мозгового штурма» Алекса Осборна.	4		1	1	1	3	Текущий контроль: устный опрос по теории; письменные работы, обзоры	
6	Тема 5. Образное мышление.	4			2	2	4	Текущий контроль: устный опрос по теории; письменные	

								работы
7	Тема 6. Ассоциативный метод развития творческого мышления.	4		1	1	1	2	Текущий контроль: устный опрос по теории; письменные работы
8	Тема 7. Когнитивный подход к изучению креативности.	4			2	2	3	Текущий контроль: устный опрос по теории; письменные работы
9	Тема 8. «Open Space» Харриса Оуэна	4		1	1	1	2	Текущий контроль: устный опрос по теории; письменные работы, проекты
10	Тема 9. «Круговорот» Чарльза Лендри	4			2	2	2	Текущий контроль: устный опрос по теории; письменные работы, проекты
11	Всего за 4 семестр - 36 часов			4	10	10	18	Зачет 4
12	ИТОГО за 3 и 4 семестр - 72 часа			6	10	10	52	4

Содержание учебной дисциплины

Тема 1 Основные методы креативного мышления.

Биологический подход к изучению креативности. Эффективность методов креативного мышления в развитии творческого мышления.

Тема 2 Социальный, культурный, экономический подходы в изучении и развитии творческого мышления.

Современные креативные методологии: дизайн-мышление. Межкультурные исследования творчества. Системный подход к исследованию творчества. Применение дизайн-мышления в интернет-коммуникации

Тема 3 Работа контент-менеджера.

Анализ ресурса и составление плана развития. Правила поддержки актуальности и популярности контента. Составление контент-плана. Статьи, Новости. Игры. Видео.

Тема 4. Метод «Мозгового штурма» Алекса Осборна.

Мозговой штурм» как способ продуцирования креативных идей: его предтечи и модификации. Креативность и группа: групповая динамика, роли, особенности организации. Электронный мозговой штурм (EBS).

Тема 5. Образное мышление.

Способы развития образного мышления. Увеличение нестандартных идей, за счет развития образного мышления. Роль метафор и аналогий в творческом процессе. Метода синектики в рекламном контенте.

Тема 6. Ассоциативный метод развития творческого мышления.

Типы ассоциаций. Метод ассоциаций и технология создания «гирлянд ассоциаций». Роль ассоциаций в развитии культуры.

Тема 7. Когнитивный подход к изучению креативности. Творчество и искусственный интеллект. Эмоции и внутренняя мотивация.

Тема 8. Технология Эдварда де Боно «Шесть шляп».

Латеральное мышление. Методики фокусировки. Методики генерации. Методики фильтрации и оценки.

Тема 9. «Open Space» Харриса Оуэна.

Четыре принципа метода фасилитации. Закон двух ног.

Тема 9. «Круговорот» Чарльза Лендри.

Пять основных стадий модели. Стимулы городского творчества. Создание сетей и распространение идей. Обеспечение «платформ потребления»

5 Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

В учебном процессе при реализации компетентностного подхода используются активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры; анализ конкретных коммуникационных ситуаций; психологические тесты, применяются методы коллективной творческой работы: «мозговой штурм», погружения в проблему, «вживания» в роль, метод сценариев и контрольных вопросов. Проводиться подготовка мультимедийной презентации.

Эти формы сочетаются с внеаудиторной работой в целях формирования и развития профессиональных навыков обучающихся (посещение музейных экспозиций, просмотр театральных постановок и кинофильмов, организация и проведение конкурсов и викторин). Проведение встреч с практическими работниками сферы практической деятельности, специалистами в области коммуникаций, культуры, искусства, спорта, экологии и социальной сферы.

Содержание учебной дисциплины формируется с учетом выделенных на изучение дисциплины часов. Учебная работа формируется из работы на практических занятиях, работы в малых группах, обсуждения кейсов, выполнение специальных заданий и заданий в виде тестов, решения задач, анализа проблемных ситуаций. Сочетание различных видов учебной работы направлено на максимальное освоение учебного материала. Успешное освоение материала предполагает самостоятельную работу студента и руководство этой работой со стороны преподавателей.

При проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ определяется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, и может включать в себя устные, письменные на бумаге, письменные на компьютере и иные виды образовательной активности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья и студентов-инвалидов предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости студенту предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию студентов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов и лиц с ОВЗ, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 52 часа

В процессе изучения дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» используются следующие виды самостоятельной работы: бриф-опрос, обзоры. Проекты, письменные работы, устный опрос по теории.

Виды самостоятельной работы

Раздел / Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Тема 1 Основные методы креативного мышления	Бриф-опрос	Дилтс Р. Стратегии гениев. – URL: http://www.koob.ru/dilts_robert/robert_dilts . Современный медиатекст [Электронный ресурс]. М.: ФЛИНТА, 2014. - 410 с. - Книга находится в ЭБС «Лань» Федоров, А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. М.: Директ-Медиа, 2013 (электронный доступ: www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210365)
Тема 2 Социальный, культурный, экономический подходы в изучении и развитии творческого мышления.	Бриф-опрос	Дилтс Р. Стратегии гениев. – URL: http://www.koob.ru/dilts_robert/robert_dilts . Современный медиатекст [Электронный ресурс]. М.: ФЛИНТА, 2014. - 410 с. - Книга находится в ЭБС «Лань» Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. М.: Директ-Медиа, 2013 (электронный доступ: www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210365)
Тема 3 Работа контент-менеджера	устный опрос по теории; письменные работы, обзоры	Интернет-дискурс: Компьютерно-опосредованная коммуникация [Электронный ресурс]. М: ФЛИНТА, 2015. - Книга находится в ЭБС

		«Лань»
Тема 4. Метод «Мозгового штурма» Алекса Осборна.	устный опрос по теории; письменные работы, обзоры	Дилте Р. Стратегии гениев. – URL: http://www.koob.ru/dilts_robert/robert_dilts . Современный медиатекст [Электронный ресурс]. М.: ФЛИНТА, 2014. - 410 с. - Книга находится в ЭБС «Лань» Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов: монография. М.: Директ-Медиа, 2013 (электронный доступ: www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210365)
Тема 5. Образное мышление.	устный опрос по теории; письменные работы	Гарипов Р.К. Метафоризация и текст: монография / Р.К. Гарипов. — Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2009. — 180 с. — ISBN 978-5-87978-570-8. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/42278
Тема 6. Ассоциативный метод развития творческого мышления.	устный опрос по теории; письменные работы	Гарипов Р.К. Метафоризация и текст: монография / Р.К. Гарипов. — Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2009. — 180 с. — ISBN 978-5-87978-570-8. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/42278
Тема 7. Когнитивный подход к изучению креативности.	устный опрос по теории; письменные работы	Гарипов Р.К. Метафоризация и текст: монография / Р.К. Гарипов. — Уфа: БГПУ имени М. Акмуллы, 2009. — 180 с. — ISBN 978-5-87978-570-8. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/42278
Тема 9.«Open Space» Харриса Оуэна	устный опрос по теории; письменные работы, проекты	Водопьян Е. Характеристики метода «Открытое пространство» // URL: https://mck72.ru/wp-content/uploads/2017/01/%D0%9C%D0.pdf
Тема 9. «Круговорот» Чарльза Лендри	устный опрос по теории; письменные работы, проекты	Интернет-дискурс: Компьютерно-опосредованная коммуникация [Электронный ресурс]. М: ФЛИНТА, 2015. - Книга находится в ЭБС «Лань»

Итого часов на самостоятельную работу: 52

Вопросы для углубленного самостоятельного изучения

1. Сущность и содержание информационного общества.
2. «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» о национальных интересах государства в сфере информации.
3. Информационная безопасность в сфере современных медиа.
4. Информационная политика государства, конкретного СМИ.
5. Табуированные темы в современных медиа.
6. Книга в структуре новых медиа. Гипертекст.
7. Модусы восприятия в медиареальности
8. Публичные пространства и город в эпоху новых медиа
9. Российская Федерация и мировое информационное пространство
10. Психодинамические модели креативности.
11. Психологический подход к исследованию креативности.
12. Дивергентное мышление по Дж Гилфорду.
13. Автобиографические исследования творческой личности.
14. Стимуляция креативности на когнитивном уровне.
15. Мотивационные детерминанты креативности.
16. Методы развития и стимуляции креативности.
17. Разнотекстовая креативности.
18. Диагностика невербальной креативности

Контрольные вопросы для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в форме зачёта:

1. Определение креативности, креативной технологии
2. Роль бизнеса в развитии креативных технологий
3. Понятие контента. Правила наполнения контента.
4. Требования к контент-менеджеру
5. Инфографика
6. Методика анализа целевой аудитории контента
7. «Мозговой штурм» как наиболее востребованная креативная технология и особенности ее актуализации
8. Технологии, основанные на образном мышлении (катена, синектика, рефрейминг)
9. Сравнительный анализ различных методов развития креативности.
10. Теория решения изобретательских задач
11. Основные методы методологии ТРИЗ
12. Технология, разработанная Х.Алдером
13. Особенности технология «Шесть шляп» де Боно
14. Креативная технология Х.Оуэна «OpenSpace
15. Общая характеристика и базовый алгоритм «Круговора» Ч. Лендри
16. Особенности распространение контента. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры.
17. Сайт как СМИ
18. Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент

Порядок выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. Для успешной работы на семинаре студент должен прочесть указанную преподавателем литературу, активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и

дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления слушателей на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

В процессе изучения дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы, выполнение практических заданий.

В рамках самостоятельной работы студент должен:

- исследовать дополнительную научную литературу по социальным проблемам;
- разбирать конкретные кейсы;
- работать с учебником и учебно-методическим материалом, самостоятельно изучать отдельные разделы дисциплины.

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции и	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
3 (установ.)	5	0	0	10	0	0	0	15
4	5	0	0	20	0	30	30	100

Программа оценивания учебной деятельности студента в 3 семестре

Лекции

Посещаемость, опрос, активность и др. за один семестр – от 0 до 5 баллов.

Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

Практические занятия

Не предусмотрены.

Самостоятельная работа

Подготовка рефератов, докладов, эссе по темам курса (от 0 до 10 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

Не предусмотрено.

Промежуточная аттестация

Не предусмотрено.

4 семестр

Лекции

Оценивается посещаемость, активность – от 0 до 10 баллов.

Практические занятия

Оценивается активность, полнота ответов, их правильность, уровень подготовки – от 0 до 20 баллов

Самостоятельная работа

Проверка подготовленных рефератов, решенных практических задач. Оценивается правильность оформления, раскрытие вопроса, обоснованность – от 0 до 30 баллов

Автоматизированное тестирование

не предусмотрено

Другие виды учебной деятельности

Оценивается участие в проектной деятельности разного уровня, победы и призовые места в конкурсах, викторинах и на научных конференциях – от 0 до 20 баллов

Промежуточная аттестация

Зачет

Представляет собой устные ответы на два вопроса из перечня контрольных вопросов к курсу по выбору преподавателя и решение задачи. При проведении промежуточной аттестации:

21-30 баллов – ответ на «отлично»

11-20 баллов – ответ на «хорошо»

6-10 баллов – ответ на «удовлетворительно»

0-5 баллов – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 5 семестр обучения по дисциплине «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» составляет 100 баллов.

Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» в оценку (зачет):

60 баллов и более	«зачтено» (при недифференцированной оценке)
меньше 60 баллов	«не зачтено»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) литература

1. Аверченков В.И. Система формирования знаний в среде Интернет [Электронный ресурс]: монография. Брянск: Брянский государственный технический университет, 2012. - 181 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

2. Интернет-дискурс: Компьютерно-опосредованная коммуникация [Эл.ресурс]. М: ФЛИНТА, 2015. - Книга находится в ЭБС «Лань»

3. Калмыков А.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 383 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

4. Левин В.И. История информационных технологий [Электронный ресурс]: учебник. М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2020. - 750 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

5. Медиапланирование: стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний, 2-е изд. (Изд.:2) 2020. 2 изд-во: ИТК Дашков и Кавт: Мельникова Н.А. ЭБС IPRbooks

б) Интернет-ресурсы

<http://www.bibliotekar.ru/muzeu.htm>

<http://smallbay.ru/renessitaly.html>

<http://art.rin.ru/cgi-bin/index.pl?id=86>

в) Лицензионное программное обеспечение

- ОС Windows
- пакет программ Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс, подключенный к сети «Интернет» и обеспеченный доступом к электронной информационно-образовательной среде, мультимедийное оборудование, информационные базы данных, учебная, научная, монографическая литература, практическая периодика, оборудованные учебные классы.

В рамках занятий по дисциплине, проводимых в форме практической подготовки, основным местом их организации является учебно-научная лаборатория кафедры социальных коммуникаций «ЛИССА».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор:

Профессор, д.соц.наук О.Ю. Голуб

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 30.05.2022 года, протокол №11.