

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

_____ И.А. Батанина

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Креативный копирайтинг в медиасреде»**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
рабочей программы дисциплины (модуля)

Разработчик(и):

Батанина И.А., проф. кафедры СиП, д-р. полит. наук, проф.



1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций креативной деятельности, ознакомить студентов с теоретическими принципами, методическими подходами и практикой использования креативных технологий в медиакоммуникациях..

Задачами освоения дисциплины (модуля) являются:

- освоение технологий контент-маркетинга: от создания стратегии, постановки целей и задач, определения целевой аудитории, создания редакционного календаря до каналов передачи и продвижения этого контента и анализа результатов;
- выделение особенностей восприятия контента потребителями, различия видов и форм контента, особенности привлечения аудитории для различных видов контента, а также инструменты продвижения контента;
- раскрытие преимущественно практического аспекта реализации наиболее востребованных современных креативных технологий, учитывая исключительную значимость данной проблематики для медиатехнологий;
- выработка у студентов потребности к самостоятельному, свободному, творчески активному подходу и осмыслению знаний и готовности к внедрению инновационных подходов в профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается в 6 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведён ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

1) основы теории творчества, современных креативных техник и технологий в медиакоммуникациях; методологические основы креативной деятельности; приемы использования креативных решений в медиакоммуникациях (код компетенции – ПК-6, код индикатора – ПК-6.1.);

Уметь:

1) анализировать использованные креативные решения, определять необходимость использования креативных техник в профессиональной деятельности; производить и воспроизводить идеи, авторские ходы и преобразовать их в творческий продукт (код компетенции – ПК-6, код индикатора – ПК-6.2.);

Владеть:

1) навыками подбора и анализа креативных техник в профессиональной деятельности, навыками разработки творческих концепций в соответствии с творческим заданием для ре-

шения задач по разработке коммуникационной кампании (код компетенции – ПК-6, код индикатора – ПК - 6.3.).

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

4 Объем и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Номер семестра	Формы промежуточной аттестации	Общий объем в зачетных единицах	Общий объем в академических часах	Объем контактной работы в академических часах						Объем самостоятельной работы в академических часах
				Лекционные занятия	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Клинические практические занятия	Консультации	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения										
6	ДЗ	3	108	16	32	–	–	–	0,25	59,75
Итого	-	3	108	16	32	–	–	–	0,25	59,75

Условные сокращения: Э – экзамен, ЗЧ – зачет, ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой), КП – защита курсового проекта, КР – защита курсовой работы.

4.2 Содержание лекционных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий
6 семестр	
1	Введение в контентмаркетинг: задача контентстратегии
2	Анализ целевой аудитории и конкурентов
3	Типы контента: затраты и вовлеченность. Текстовый контент. Графический контент. Вебинары, книги и исследования как особый вид контента. Видео контент
4	Распространение контента: куда и зачем. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ
5	Методы активизации творческих идей при создании медиапродукта
6	Технологии разработки креативного брифа. Разработка креативной концепции на основе брифа.
7	Основы спичрайтинга

4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
6 семестр	

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
1	Введение в контентмаркетинг: задача контентстратегии
2	Анализ целевой аудитории и конкурентов
3	Типы контента: затраты и вовлеченность. Текстовый контент. Графический контент. Вебинары, книги и исследования как особый вид контента. Видеоконтент
4	Распространение контента: куда и зачем. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ
5	Методы активизации творческих идей при создании медиапродукта
6	Коллективные методики креатива как способ продуцирования креативных идей
7	Ассоциативные методики креатива
8	Шаблонные методики креатива
9	Подготовительные методики
10	Использование креативных методик в копирайтинге
11	Технологии разработки креативного брифа. Разработка креативной концепции на основе брифа.
12	Основы спичрайтинга

4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

Очная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
6 семестр	
1	Подготовка к практическим (семинарским) занятиям
2	Разработка мультимедийного продукта
4	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

Очная форма обучения

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося		Максимальное количество баллов	
6 семестр			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение лекционных занятий	3
		Работа на практических (семинарских) занятиях	18

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося			Максимальное количество баллов	
		Разработка концепции мультимедийного продукта	9	
		Итого	30	
	Второй рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:		
		Посещение лекционных занятий	3	
		Работа на практических (семинарских) занятиях	18	
		Создание мультимедийной истории	9	
	Итого	30		
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет		40 (100*)	

* В случае отказа обучающегося от результатов рубежного контроля

Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Система оценивания результатов обучения	Оценки			
	0 – 39	40 – 60	61 – 80	81 – 100
Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Академическая система оценивания (зачет)	Не зачтено	Зачтено		

6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оборудованная доской для написания мелом, а также ноутбуком, проектором, настенным экраном; учебная аудитория для практических и лабораторных занятий, оборудованная флипчартом, маркерной доской, компьютерами с установленными офисными программами, содержащими текстовые редакторы, электронные таблицы, средства создания презентаций и т.д.

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Евстафьев, В.А. Введение в медиапланирование : Учеб. пособие для начинающих медиапланеров / В.А. Евстафьев, В.Н. Ясонов 2-е изд.,испр.М. : РИП-Холдинг, 1998. 84 с.: ил.(Академия рекламы) 40.

2. Константинова, Л. А. Нормы русского литературного языка : учеб. пособие по культуре речи / Константинова Л. А. - 5-е изд. , стер. - Москва : ФЛИНТА, 2018. - 168 с. -

ISBN 978-5-9765-0329-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976503298.html>. - Режим доступа : по подписке.

7.2 Дополнительная литература

1. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / составители С. С. Марочкина [и др.]. — Сочи : СГУ, 2020. — 46 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/172128>.

2. Романов, А. А. Медиапланирование : учебное пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, Р. В. Каптюхин. — Москва : ЕАОИ, 2010. — 240 с. — ISBN 978-5-374-00391-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/126392>.

3. Сиссорс Д, ж.З. Рекламное медиа-планирование / Дж.З.Сиссорс, Р.Б.Бэрон 6-е изд. М.и др. : Питер, 2004. 416 с .(Маркетинг для профессионалов) ISBN 5-314-00045-8 /в пер./ : 215.00.

4. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилинбир. — Москва : РосНОУ, 2019. — 299 с. — ISBN 978-5-89789-140-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162184>

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российской образование» - <http://www.edu.ru/>- Загл. с экрана

2. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru>. - Загл. с экрана

3. Электронный научный журнал «Медиаскоп» - <http://www.mediascope.ru/>- Загл. с экрана

4. Российская ассоциация связей с общественностью - <https://raso.ru/>- Загл. с экрана

5. ВЦИОМ - <https://wciom.ru/>- Загл. с экрана

6. Федеральное собрание Российской Федерации Государственная Дума - <http://www.duma.gov.ru/> - Загл. с экрана

7. Общественная палата Российской Федерации - <http://www.oprf.ru/> - Загл. с экрана

8. Сайт Президента России - <http://www.kremlin.ru/> - Загл. с экрана

9. Совет Федерации Федерального собрания Российской Федерации - <http://www.council.gov.ru/> - Загл. с экрана

10. НЭБ КиберЛенинка научная электронная библиотека открытого доступа, режим доступа <http://cyberleninka.ru/> - Загл. с экрана

11. Международный пресс-клуб: библиотека. - https://pr-club.com/pr_lib/- Загл. с экрана

12. Психологическая библиотека <https://www.psychology.ru/library/> - Загл. с экрана

13. Российская государственная библиотека - <http://www.rsl.ru> - Загл. с экрана

14. Российская национальная библиотека - <http://www.nlr.ru> - Загл. с экрана

15. Союз журналистов России - <http://www.ruj.ru> - Загл. с экрана

16. Журнал «Журналист» - <http://www.journalist-virt.ru/>- Загл. с экрана.

9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel;
3. Программа подготовки презентаций Microsoft PowerPoint;
4. Пакет офисных приложений «МойОфис».

9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс».