

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР

Документ подписан электронной подписью

Сертификат: a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Владелец: Семенов Павел Васильевич

Действителен: с 17.09.2019 по 16.09.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**PR И БРЕНДИНГ В ОБЛАСТИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И ЦИФРОВЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**

Направление подготовки / специальность: **39.04.03 Организация работы с молодежью**

Направленность (профиль) / специализация: **Управление профессиональной карьерой молодежи в области креативных индустрий и цифровых технологий**

Форма обучения: **очная**

Факультет: **Гуманитарный факультет (ГФ)**

Кафедра: **Кафедра философии и социологии (ФС)**

Курс: **1**

Семестр: **1**

Учебный план набора 2023 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

| Виды учебной деятельности | 1 семестр | Всего | Единицы |
|------------------------------------|-----------|-------|---------|
| Лекционные занятия | 10 | 10 | часов |
| Практические занятия | 26 | 26 | часов |
| Самостоятельная работа | 144 | 144 | часов |
| Общая трудоемкость | 180 | 180 | часов |
| (включая промежуточную аттестацию) | 5 | 5 | з.е. |

| Формы промежуточной аттестация | Семестр |
|--------------------------------|---------|
| Зачет с оценкой | 1 |

Томск

Согласована на портале № 63710

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Развитие ключевых компетенций в области брендинга и управления внешними коммуникациями в рамках профессионального сопровождения проекта в области креативных индустрий и цифровых технологий на всех этапах его жизненного цикла.

2. Формирование навыков выбора и применения инструментов продвижения проектов и событий.

1.2. Задачи дисциплины

1. изучение и практическое освоение современных подходов и инструментов продвижения мероприятий и событий.

2. овладение технологиями изучения, разработки и практической реализации PR-стратегий и формирования имиджа.

3. изучение технологий организации PR-кампаний и брендинга продуктов, проектов и событий в области креативных индустрий и цифровых технологий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Модуль дисциплин: Модуль профессиональной подготовки (major).

Индекс дисциплины: Б1.В.01.02.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

| Компетенция | Индикаторы достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| Универсальные компетенции | | |

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели | УК-3.1. Знает содержание организации и руководства деятельностью рабочего коллектива (группы), социально-психологические характеристики рабочего коллектива (группы), основы поддержания нравственных отношений в рабочем коллективе (группе) | Знать теоретические и методологические принципы формирования индивидуальности бренда, методы современных PR-технологий, базовые технологии выбора стратегии и разработки концепции продвижения проекта/продукта, роль и место брендинга в проектном менеджменте и модели функционирования продуктов и проектов, типы брендов и их различные позиции в марочном портфели компании |
| | УК-3.2. Умеет организовывать работу коллектива (группы) для достижения поставленной цели | Уметь проводить специальные исследования, интерпретировать их результаты и планировать на их основании мероприятия по продвижению бренда, подбирать и применять наиболее эффективные методы и технологии продвижения проекта/продукта на различных этапах жизненного цикла проекта, пользоваться приемами, методами и технологиями создания и поддержания имиджа успешной организации/проекта/команды/продукта, использовать технологии развития профессионального личного бренда |
| | УК-3.3. Владеет основными методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде, а также методами организации работы коллектива (группы) | Владеть практическими навыками построения история бренда, спонсоринга, нейминга и технологиями проведения мозговых штурмов, навыками базовой визуализации бренда. |
| Общепрофессиональные компетенции | | |
| - | - | - |
| Профессиональные компетенции | | |

| | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3. Способен к планированию, координации и контролю реализации мероприятий в сфере молодежной политики | ПК-3.1. Знает ресурсы, необходимые для реализации задач подразделения, ответственного за работу с молодежью, и отдельных специалистов в сфере молодежной политики | Знает ресурсы, необходимые для реализации задач в области PR и брендинга в области креативных индустрий и цифровых технологий в сфере молодежной политики. |
| | ПК-3.2. Умеет определять объем работы специалистов подразделения и распределение заданий между ними по вопросам реализации молодежной политики | Умеет определять объем работы специалистов подразделения на основе знаний в области PR и брендинга по вопросам реализации молодежной политики |
| | ПК-3.3. Владеет навыками координации и руководства деятельностью специалистов подразделения, ответственного за работу с молодежью, по реализации мероприятий в сфере молодежной политики | Владеет навыками определения ресурсов, необходимых для реализации задач подразделения, ответственного за работу с молодежью, и отдельных специалистов в сфере молодежной политики. |
| ПК-5. Способен к модернизации и совершенствованию реализации услуг (работ) в сфере молодежной политики | ПК-5.1. Знает формы и методы организации работы с подростками и молодежью | Знает формы и методы организации работы с подростками и молодежью с использованием PR и брендинга в области креативных индустрий и цифровых технологий |
| | ПК-5.2. Умеет обеспечить организационные условия для внедрения инноваций по организации работы с подростками и молодежью | Умеет разрабатывать новые формы и методы организации работы с подростками и молодежью |
| | ПК-5.3. Владеет навыками осуществления внедрения новых форм и методов работы по обслуживанию подростков и молодежи | Владеет навыками разработки содержания услуг (работ) в сфере молодежной политики на основе актуальных исследований особенностей социализации детей, подростков и молодежи |

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

| Виды учебной деятельности | Всего часов | Семестры |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------|
| | | 1 семестр |
| Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего | 36 | 36 |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|
| Лекционные занятия | 10 | 10 |
| Практические занятия | 26 | 26 |
| Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего | 144 | 144 |
| Подготовка к зачету с оценкой | 30 | 30 |
| Подготовка к тестированию | 30 | 30 |
| Подготовка к выступлению (докладу) | 32 | 32 |
| Выполнение индивидуального задания | 28 | 28 |
| Подготовка к контрольной работе | 24 | 24 |
| Общая трудоемкость (в часах) | 180 | 180 |
| Общая трудоемкость (в з.е.) | 5 | 5 |

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

| Названия разделов (тем) дисциплины | Лек. зан., ч | Прак. зан., ч | Сам. раб., ч | Всего часов (без экзамена) | Формируемые компетенции |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|--------------|----------------------------|-------------------------|
| 1 семестр | | | | | |
| 1 Понятие, сущность, особенности PR и брендинга в сфере креативных индустрий и цифровых технологий | 2 | 4 | 40 | 46 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| 2 Проектирование и управление брендом проекта | 3 | 8 | 44 | 55 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| 3 Технологии и инструменты PR. Планирование PR -кампаний | 3 | 8 | 42 | 53 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| 4 Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций, визуального контента для социальных сетей | 2 | 6 | 18 | 26 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| Итого за семестр | 10 | 26 | 144 | 180 | |
| Итого | 10 | 26 | 144 | 180 | |

5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

| Названия разделов (тем) дисциплины | Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) | Трудоемкость (лекционные занятия), ч | Формируемые компетенции |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| 1 семестр | | | |

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------|
| 1 Понятие, сущность, особенности PR и брендинга в сфере креативных индустрий и цифровых технологий | Цели и задачи дисциплины. Понятие и модели PR, понятия бренд, брендинг, нейминг, уникальное торговое предложение, смысловое ядро, типы и виды данных понятий, их сущность и взаимосвязь. | 2 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| | Итого | 2 | |
| 2 Проектирование и управление брендом проекта | Организационно-методические аспекты процесса создания бренда. Базовые методики и модели разработки бренда. Анализ целевой аудитории и её характеристик. Идентичность бренда. Нейминг и фирменный стиль. Развитие персонального бренда. | 3 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| | Итого | 3 | |
| 3 Технологии и инструменты PR. Планирование PR - кампаний | PR как коммуникативная управленческая деятельность. Основные принципы формирования PR-технологий в культурной и цифровой среде. Репутационный менеджмент. Технологии и методы планирования и реализации PR-кампаний, их классификация. | 3 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| | Итого | 3 | |
| 4 Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций, визуального контента для социальных сетей | Понятие и назначение презентации. Логика разработки структуры и создания презентации. Типы и виды презентаций, архитектура презентации. Базовые правила и основные ошибки презентаций. | 2 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| | Итого | 2 | |
| Итого за семестр | | 10 | |
| Итого | | 10 | |

5.3. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Наименование практических занятий (семинаров)

| Названия разделов (тем) дисциплины | Наименование практических занятий (семинаров) | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции |
|------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------|-------------------------|
| 1 семестр | | | |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------------|
| 1 Понятие, сущность, особенности PR и брендинга в сфере креативных индустрий и цифровых технологий | Сущность и соотношение понятий в области PR и брендинга, ДНК бренда, в том числе, нейминг, ванлайнер, реклама, GR, уникальное торговое предложение, смысловое ядро. Актуальные тренды в области PR и брендинга в сфере креативных индустрий и цифровых технологий. Рынок труда и компетентностный портрет специалиста в сфере PR и брендинга. Лояльность аудитории: этапы формирования и развития | 4 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| | Итого | 4 | |
| 2 Проектирование и управление брендом проекта | Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы. Архитектура бренда и технологии разработки бренда, его имени (нейминга), базовой визуализации (фирменный стиль): основные принципы и методы. Технологии разработки и анализа целевой аудитории. Разработка идентичности бренда по Д. Аакеру. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории. Ребрендинг. Технологии формирования и развития персонального бренда (распаковка личности эксперта). | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| | Итого | 8 | |
| 3 Технологии и инструменты PR. Планирование PR - кампаний | PR как коммуникативная управленческая деятельность. PR-технологии в продвижении брендов: типы, виды, способы разработки, выбора и внедрения. Планирование и реализация PR-кампаний и концепции продвижения бренда: принципы и этапы. Взаимодействие со СМИ. Бренд-ивенты проекта, основные технологии планирования и управления бренд-ивентами. Рекламные коммуникации по продвижению бренда. Нетворкинг и технология развития слабых связей Основные принципы репутационного менеджмента. | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| | Итого | 8 | |

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------|
| 4 Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций, визуального контента для социальных сетей | Архитектура публичного выступления и презентации, виды и типы презентаций. Логика разработки структуры и создания презентации, базовые принципы и ошибки, типографика, шрифт, интервалы, копирайтинг, продающие заголовки, таблицы и графики, визуальные образы и изображения. Базовые правила и основные ошибки презентаций. Специализированные программы и сервисы для создания презентаций и визуальных материалов для социальных сетей. | 6 | ПК-3, ПК-5, УК-3 |
| | Итого | 6 | |
| Итого за семестр | | 26 | |
| Итого | | 26 | |

5.4. Лабораторные занятия

Не предусмотрено учебным планом

5.5. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

5.6. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

| Названия разделов (тем) дисциплины | Виды самостоятельной работы | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции | Формы контроля |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------|-------------------------|---------------------------------|
| 1 семестр | | | | |
| 1 Понятие, сущность, особенности PR и брендинга в сфере креативных индустрий и цифровых технологий | Подготовка к зачету с оценкой | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Зачёт с оценкой |
| | Подготовка к тестированию | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Тестирование |
| | Подготовка к выступлению (докладу) | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Выступление (доклад) на занятии |
| | Выполнение индивидуального задания | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Индивидуальное задание |
| | Подготовка к контрольной работе | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Контрольная работа |
| | Итого | 40 | | |

| | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----|------------------|---------------------------------|
| 2 Проектирование и управление брендом проекта | Подготовка к зачету с оценкой | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Зачёт с оценкой |
| | Подготовка к тестированию | 10 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Тестирование |
| | Подготовка к выступлению (докладу) | 10 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Выступление (доклад) на занятии |
| | Выполнение индивидуального задания | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Индивидуальное задание |
| | Подготовка к контрольной работе | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Контрольная работа |
| | Итого | 44 | | |
| 3 Технологии и инструменты PR. Планирование PR - кампаний | Подготовка к зачету с оценкой | 10 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Зачёт с оценкой |
| | Подготовка к тестированию | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Тестирование |
| | Подготовка к выступлению (докладу) | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Выступление (доклад) на занятии |
| | Выполнение индивидуального задания | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Индивидуальное задание |
| | Подготовка к контрольной работе | 8 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Контрольная работа |
| | Итого | 42 | | |
| 4 Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций, визуального контента для социальных сетей | Подготовка к зачету с оценкой | 4 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Зачёт с оценкой |
| | Подготовка к тестированию | 4 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Тестирование |
| | Подготовка к выступлению (докладу) | 6 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Выступление (доклад) на занятии |
| | Выполнение индивидуального задания | 4 | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Индивидуальное задание |
| | Итого | 18 | | |
| Итого за семестр | | 144 | | |
| Итого | | 144 | | |

5.7. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности представлено в таблице 5.7.

Таблица 5.7 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

| Формируемые компетенции | Виды учебной деятельности | | | Формы контроля |
|-------------------------|---------------------------|------------|-----------|----------------|
| | Лек. зан. | Прак. зан. | Сам. раб. | |
| | | | | |

| | | | | |
|------|---|---|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3 | + | + | + | Выступление (доклад) на занятии, Зачёт с оценкой, Индивидуальное задание, Контрольная работа, Тестирование |
| ПК-5 | + | + | + | Выступление (доклад) на занятии, Зачёт с оценкой, Индивидуальное задание, Контрольная работа, Тестирование |
| УК-3 | + | + | + | Выступление (доклад) на занятии, Зачёт с оценкой, Индивидуальное задание, Контрольная работа, Тестирование |

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

6.1. Балльные оценки для форм контроля

Балльные оценки для форм контроля представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Балльные оценки

| Формы контроля | Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра | Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ | Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра | Всего за семестр |
|---------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------|
| 1 семестр | | | | |
| Выступление (доклад) на занятии | 5 | 5 | 5 | 15 |
| Зачёт с оценкой | 5 | 5 | 10 | 20 |
| Индивидуальное задание | 5 | 5 | 10 | 20 |
| Контрольная работа | 5 | 5 | 10 | 20 |
| Тестирование | 5 | 10 | 10 | 25 |
| Итого максимум за период | 25 | 30 | 45 | 100 |
| Нарастающим итогом | 25 | 55 | 100 | 100 |

6.2. Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Пересчет баллов в оценки за текущий контроль представлен в таблице 6.2.

Таблица 6.2 – Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

| Баллы на дату текущего контроля | Оценка |
|-------------------------------------------------------|--------|
| ≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 5 |
| От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 4 |
| От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 3 |
| < 60% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 2 |

6.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 6.3.

Таблица 6.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

| Оценка | Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен | Оценка (ECTS) |
|-----------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| 5 (отлично) (зачтено) | 90 – 100 | A (отлично) |
| 4 (хорошо) (зачтено) | 85 – 89 | B (очень хорошо) |
| | 75 – 84 | C (хорошо) |
| | 70 – 74 | D (удовлетворительно) |

| | | |
|--------------------------------------|----------------|-------------------------|
| 3 (удовлетворительно) (зачтено) | 65 – 69 | E (посредственно) |
| | 60 – 64 | |
| 2 (неудовлетворительно) (не зачтено) | Ниже 60 баллов | F (неудовлетворительно) |

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Домнин, В. Н. Бренддинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489564>.

7.2. Дополнительная литература

1. Психология коммуникации: Психология коммуникации / Е. М. Покровская, Л. В. Смольникова - 2016. 115 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/5979>.

2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 379 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/432976>.

3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450081>.

4. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/448344>.

7.3. Учебно-методические пособия

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов: Методические указания по организации самостоятельной работы студентов / В. В. Орлова - 2022. 14 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/9906>.

2. Куклина, Е. Н. Организация самостоятельной работы студента : учебное пособие для вузов / Е. Н. Куклина, М. А. Мазниченко, И. А. Мушкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 235 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-06270-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/411454>.

3. PR и бренддинг в области креативных индустрий и цифровых технологий: Методические указания по подготовке к практическим занятиям и для самостоятельной работы / М. Ю. Раитина, В. В. Орлова, М. А. Мальцева - 2022. 11 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/9929>.

7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: <https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh>.

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Учебная аудитория: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации; 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 411 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Телевизор - 4 шт.;
- Видеокамера;
- Шкаф-сейф для оборудования;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Adobe Acrobat Reader DC – Russian;
- Far Manager 3 x64;
- Microsoft Office Standard 2013;
- Microsoft Windows;

8.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 209 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;

- Google Chrome.

8.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

| Названия разделов (тем) дисциплины | Формируемые компетенции | Формы контроля | Оценочные материалы (ОМ) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 1 Понятие, сущность, особенности PR и брендинга в сфере креативных индустрий и цифровых технологий | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Выступление (доклад) на занятии | Примерный перечень тем для выступления (доклада) на занятии |
| | | Зачёт с оценкой | Перечень вопросов для зачета с оценкой |
| | | Индивидуальное задание | Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий |
| | | Контрольная работа | Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 2 Проектирование и управление брендом проекта | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Выступление (доклад) на занятии | Примерный перечень тем для выступления (доклада) на занятии |
| | | Зачёт с оценкой | Перечень вопросов для зачета с оценкой |
| | | Индивидуальное задание | Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий |
| | | Контрольная работа | Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| 3 Технологии и инструменты PR. Планирование PR - кампаний | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Выступление (доклад) на занятии | Примерный перечень тем для выступления (доклада) на занятии |
| | | Зачёт с оценкой | Перечень вопросов для зачета с оценкой |
| | | Индивидуальное задание | Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий |
| | | Контрольная работа | Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| 4 Методы визуализации бренда. Правила построения наглядных презентаций, визуального контента для социальных сетей | ПК-3, ПК-5, УК-3 | Выступление (доклад) на занятии | Примерный перечень тем для выступления (доклада) на занятии |
| | | Зачёт с оценкой | Перечень вопросов для зачета с оценкой |
| | | Индивидуальное задание | Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

| Оценка | Баллы за ОМ | Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения | | |
|----------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| | | знать | уметь | владеть |
| 2 (неудовлетворительно) | < 60% от максимальной суммы баллов | отсутствие знаний или фрагментарные знания | отсутствие умений или частично освоенное умение | отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков |

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 3 (удовлетворительно) | от 60% до 69% от максимальной суммы баллов | общие, но не структурированные знания | в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение | в целом успешное, но не систематическое применение навыков |
| 4 (хорошо) | от 70% до 89% от максимальной суммы баллов | сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания | в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение | в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков |
| 5 (отлично) | ≥ 90% от максимальной суммы баллов | сформированные систематические знания | сформированное умение | успешное и систематическое применение навыков |

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

| Оценка | Формулировка требований к степени компетенции |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 (неудовлетворительно) | Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или Знать на уровне ориентирования , представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения. |
| 3 (удовлетворительно) | Знать и уметь на репродуктивном уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях. |
| 4 (хорошо) | Знать, уметь, владеть на аналитическом уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения. |
| 5 (отлично) | Знать, уметь, владеть на системном уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины. |

9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

- Соотнесите название бренда и вид нейминга:

| | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| а) Предметное указательное | 1) СтройПарк |
| б) Предметное функциональное | 2) А мы тут всё плюшками балуемся |
| в) Ассоциативное рациональное | 3) 33 Пингвина |
| г) Ассоциативное эмоциональное | 4) Межениновская птицефабрика |
- Создание совместного проекта или продукта с партнёром, близким по духу, ценностям и аудитории – это
 - Influence Marketing;
 - Взаимодействие медиа и PR;

- в) Коллаборация;
 - г) Спонсорство.
3. Выберите все форматы и технологии, в которых текст является ключевым инструментом взаимодействия:
 - а) лонгрид;
 - б) подкаст;
 - в) сторителлинг;
 - г) вайн;
 - д) медиа-кит;
 - е) пресс-релиз;
 - ж) презентация;
 - з) бэкграундер;
 - и) фичер.
 4. Один из основных инструментов, используемый в рамках маркетинговых исследований, предназначенный для мониторинга и анализа факторов внешней среды, которые могут повлиять на деятельность компании, не оценивает риски этой сферы:
 - а) социально-культурное окружение;
 - б) политическое окружение;
 - в) экономическое окружение;
 - г) духовное (ценностное) окружение.
 5. К технологическим субъектам PR относят:
 - а) отдельные специалисты и профильные организации, которые занимаются профессиональной PR-деятельностью;
 - б) организации и предприятия, являющиеся заказчиками для PR-деятельности;
 - в) учёные и исследователи в области PR, изучающие и обосновывающие новые методы и технологии;
 - г) специалисты, обеспечивающие разработку технологических и цифровых решений для PR-деятельности.
 6. Государственную регистрацию товарных знаков в Российской Федерации производит:
 - а) Федеральная налоговая служба;
 - б) Федеральная антимонопольная служба;
 - в) Федеральная служба по интеллектуальной собственности;
 - г) Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
 7. Открытый Всероссийский конкурс студенческих работ в области связей с общественностью и медийных технологий называется:
 - а) Хрустальный апельсин;
 - б) Белое крыло;
 - в) Реклама будущего;
 - г) Серебряные нити.
 8. Комплекс особенностей, внутренних и внешних отличительных параметров, которые определяют уникальность предприятия это:
 - а) ДНК бренда;
 - б) Маркетинговая концепция;
 - в) Уникальное торговое предложение;
 - г) Бренд-лайн.
 9. Соотнесите архетип и товар для реализации рекламной кампании:

| | |
|-------------|---------------------------|
| а) Герой | 1) Парфюмерия |
| б) Шут | 2) Обучающие курсы |
| в) Любовник | 3) Автомобиль |
| г) Творец | 4) Туристические продукты |
 10. Согласно двусторонней симметричной модели цель PR – это:
 - а) Взаимная и сбалансированная польза организации и целевой аудитории;
 - б) Распространение правдивой, но позитивной информации о бренде;
 - в) Изменение позиции или поведения общественности в строгом соответствии целям фирмы;
 - г) Привлечение и удержание внимания общественности с учётом краткосрочных целей.

9.1.2. Перечень вопросов для зачета с оценкой

1. Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления: методы и принципы управления брендами.
2. Брендинг в системе стратегического управления: основные стадии и этапы, их характеристика.
3. Современные тенденции брендинга: особенности развития брендов на мировом рынке.
4. Развитие брендинга в России: этапы и факторы, направления и тенденции.
5. Определения бренда. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак».

9.1.3. Примерный перечень тем для выступления (доклада) на занятии

1. Западный (англо-американский) и восточный (японский) подход к брендингу.
2. Роль и место связей с общественностью в современном обществе
3. Понятие, виды и методы маркетинговых исследований.
4. Дифференциация связей с общественностью и виды PR
5. RACE - ROSIE - глобальный подход к PR.

9.1.4. Примерный перечень вариантов индивидуальных заданий

1. Проанализируйте базовые используемые элементы брендинга и технологии PR известной томской компании или startup (по выбору).
2. Разработайте и создайте стратегию бренда и его продвижения через средства PR проекта в сфере креативных индустрий и цифровых технологий (по выбору) в форме мультимедийной презентации.
3. Бренд «БаняФест» реализуется в Московской области уже несколько лет - <http://banyafest.ru/>. Проанализируйте архитектуру бренда фестиваля, его ключевые элементы и предложите варианты развития бренда и его продвижения технологиями современного PR.
4. Команда IT-стартапа разрабатывает технологию приложения, позволяющего увидеть свободные столики в кафе и ресторанах города без телефонных звонков в сами заведения. Придумайте архитектуру бренда данного приложения, его ключевые элементы и предложите варианты развития бренда и его продвижения технологиями современного PR.
5. Идея проекта – мобильное приложение/чат бот с вкусной домашней кашей с красивой сервировкой для фото и ежедневной доставкой к определенному часу и с учётом вкусовых предпочтений клиента. Придумайте название бренда, спроектируйте его архитектуру, целевую аудиторию и технологии PR.

9.1.5. Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ

1. Сущность и соотношение понятий в области PR и брендинга.
2. Практики и технологии нейминга и разработки фирменного стиля проектов в сфере цифровых технологий и креативных индустрий.
3. Актуальные тренды в области PR и брендинга в сфере креативных индустрий и цифровых технологий.
4. Рынок труда и компетентностный портрет специалиста в сфере PR и брендинга.
5. Технологии определения, проектирования и анализа целевой аудитории: методы и принципы.
6. Персональный бренд: технологии формирования и развития, актуальность.
7. Бренд-ивенты проекта, основные технологии планирования и управления бренд-ивентами в сфере креативных индустрий и цифровых технологий.

9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

- чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

- если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

- осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе / электронном журнале по дисциплине.

9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

| Категории обучающихся | Виды дополнительных оценочных материалов | Формы контроля и оценки результатов обучения |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| С нарушениями слуха | Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы | Преимущественно письменная проверка |
| С нарушениями зрения | Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам | Преимущественно устная проверка (индивидуально) |
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата | Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету | Преимущественно дистанционными методами |
| С ограничениями по общемедицинским показаниям | Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы | Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки |

9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;

- методом чтения ассистентом задания вслух;
- предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге;
- набор ответов на компьютере;
- набор ответов с использованием услуг ассистента;
- представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ФС
протокол № 9 от «21» 10 2021 г.

СОГЛАСОВАНО:

| Должность | Инициалы, фамилия | Подпись |
|-----------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------|
| Заведующий выпускающей каф. ФС | В.В. Орлова | Согласовано, e5bed15c-8ba7-4432- a72f-f86cdce57904 |
| Заведующий обеспечивающей каф. ФС | В.В. Орлова | Согласовано, e5bed15c-8ba7-4432- a72f-f86cdce57904 |
| Начальник учебного управления | Е.В. Саврук | Согласовано, fa63922b-1fce-4aba- 845d-9ce7670b004c |

ЭКСПЕРТЫ:

| | | |
|-------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------|
| Доцент, каф. ФиС | Л.Л. Захарова | Согласовано, 99b56d4a-5ed0-40c3- 88c8-3a9ced18829e |
| И.о. заведующего кафедрой, каф. ФиС | В.В. Орлова | Согласовано, e5bed15c-8ba7-4432- a72f-f86cdce57904 |

РАЗРАБОТАНО:

| | | |
|---------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------|
| Старший преподаватель, каф. ФиС | М.А. Мальцева | Разработано, 5b9e6433-6e6a-4c9e- a784-3d794b35b418 |
| Доцент, каф. ФиС | М.Ю. Раитина | Разработано, 9f260b00-061f-4171- ae7f-13cd3583f3ec |