

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о документе
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 16:36:00
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН

Бессов М.Л. Белоножко

« 10 » 06 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Креативные технологии в информационном пространстве

направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Рекламный медиа-бизнес

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 22. 04.2019 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Рекламный медиа-бизнес к результатам освоения дисциплины «Креативные технологии в информационном пространстве»

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 13 от «07» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой



М.И. Белоношко

Рабочую программу разработал:

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



1. Цели и задачи освоения дисциплины

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

Основными задачами изучения курса являются:

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

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

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

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

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

Умения:

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

Владение:

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

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

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПКС-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом	Знать ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	ПКС-2. 3.2.1. Знает: маркетинговые технологии продвижения продукции

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
специфики профессиональной сферы	<p>Уметь ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>Уметь ПКС-2. У.2.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>	<p>ПКС-2. У.2.1. Умеет: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПКС-2. У.2.2. Умеет: интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>
	<p>Владеть ПКС-2. В.2.1. Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>Владеть ПКС-2. В.2.2. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>Владеть ПКС-2. В.2.3. Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>ПКС-2. В.2.1. Владеет: разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>ПКС-2. В.2.2. Владеет: методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>ПКС-2. В.2.3. Владеет: процессом разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>
ПКС-3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>Знать ПКС-3. 3.3.4. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p>	<p>ПКС-3. 3.3.4. Знает: основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)</p>
	<p>Уметь ПКС-3. У.3.3 умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты</p> <p>Уметь ПКС-3. У.3.4. Умеет использовать текстовый редактор</p>	<p>ПКС-3. У.3.3. Умеет: реферировать, аннотировать и модифицировать тексты</p> <p>ПКС-3. У.3.4. Умеет: использовать текстовый редактор</p>
	<p>Владеть ПКС-3. В.3.4. Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>Владеть ПКС-3. В.3.5. Владеет</p>	<p>ПКС-3. В.3.4. Владеет: навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>ПКС-3. В.3.5. Владеет:</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
	навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)	навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	1/2	34	17	-	30+27	Экзамен, курсовая работа

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины. очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Коммуникационные технологии в информационном пространстве	8	2	-	7	17	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9.	Собеседование
2	2	Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве	8	4	-	7	19	ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7.	Собеседование
3	3	Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта	8	2	-	7	17	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-3. 3.3.9. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7.	Собеседование, презентация
4	4	Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве	10	9	-	9	28	ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2. В.2.4. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7.	Собеседование, презентация
5	Экзамен		-	-	-	27	27	ПКС-2. 3.2.3. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2. У.2.3. ПКС-2. В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2. В.2.4. ПКС-3. 3.3.9.	Экзаменационные вопросы

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								ПКС-3. У.3.6. ПКС-3. У.3.7. ПКС-3. В.3.6. ПКС-3. В.3.7.	
Итого:			34	17	-	57	108		

заочная форма обучения (ОФО)

Не реализуется.

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Коммуникационные технологии в информационном пространстве».

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

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

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

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

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

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

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

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	8	-	-	Коммуникационные технологии в информационном пространстве
2	2	8	-	-	Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве
3	3	8	-	-	Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке

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

Практические занятия

Таблица 5.2.2

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

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	7	-	-	Коммуникационные технологии в информационном пространстве	Подготовка к собеседованию
2	2	7	-	-	Продвижение продукции СМИ в информационном пространстве	Подготовка к собеседованию
3	3	7	-	-	Маркетинговые технологии и инструменты в подготовке рекламного продукта	Подготовка к собеседованию Подготовка презентации
4	4	9	-	-	Разработка материалов для продвижения в информационном пространстве	Подготовка к собеседованию Подготовка презентации
5	1-4	27	-	-	-	Подготовка к экзамену
Итого:		57	X	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
-
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

6.2. Тематика курсовых работ

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

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Собеседование по теме 1	15
1.2	Собеседование по теме 2	15
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Готовая презентация по теме 3	15
2.2	Собеседование по теме 3	15
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Готовая презентация по теме 4	25
3.2	Собеседование по теме 4	15

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения (*не реализуется*) представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по 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, индивидуальный план магистранта, 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.

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

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Креативные технологии в информационном пространстве
 Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
 Программа: Рекламный медиа-бизнес

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной	ПКС-2. 3.2.3. Знать: маркетинговые технологии продвижения продукции (3.2.3)	Не знает маркетинговые технологии продвижения продукции	Демонстрирует отдельные знания маркетинговых технологий продвижения продукции	Демонстрирует достаточные знания маркетинговых технологий продвижения продукции	Демонстрирует исчерпывающие знания маркетинговых технологий продвижения продукции

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
сферы	<p>ПКС-2. У.2.1. Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПКС-2. У.2.3. Уметь: интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций (У.2.1, У.2.3.)</p>	<p>Не умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>Не умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Частично умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные</p> <p>Частично умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные</p> <p>Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>	<p>В совершенстве умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные</p> <p>В совершенстве умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>ПКС-2. В.2.1. Владеть: разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>ПКС-2. В.2.2. Владеть: методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>ПКС-2. В.2.4. Владеть: процессом разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ (В.2.1, В.2.2, В.2.4)</p>	<p>Не владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>Не владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>Не владеет процессом разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>Частично владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>Частично владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>Частично владеет процессом разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>Хорошо владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>Хорошо владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>Хорошо владеет процессом разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>	<p>В совершенстве владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>В совершенстве владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>В совершенстве владеет процессом разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКС-3. 3.3.9. Знать: основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок) (3.3.9)	Не знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)	Демонстрирует отдельные знания основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)	Демонстрирует достаточные знания основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)	Демонстрирует исчерпывающие знания основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз, ссылок)
	ПКС-3. У.3.6. Уметь: реферировать, аннотировать и модифицировать тексты ПКС-3. У.3.7. Уметь: использовать текстовой редактор (У.3.6, У.3.7)	Не умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты Не умеет использовать текстовой редактор	Частично умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты Частично умеет использовать текстовой редактор	Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты Умеет использовать текстовой редактор	В совершенстве умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты В совершенстве умеет использовать текстовой редактор

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>ПКС-3. В.3.6. Владеть: навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>ПКС-3. В.3.7. Владеть: навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) (В.3.6, В.3.7)</p>	<p>Не владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>Не владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)</p>	<p>Частично владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>Частично владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)</p>	<p>Хорошо владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>Хорошо владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)</p>	<p>В совершенстве владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)</p> <p>В совершенстве владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)</p>

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Креативные технологии в информационном пространстве
 Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
 Программа: Рекламный медиа-бизнес

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

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК  Д.Х. Каюкова



**Дополнения и изменения
к рабочей программе дисциплины**

Креативные технологии в информационном пространстве
на 2023 - 2024 учебный год

С учётом развития науки, практики, технологий и социальной сферы, а также результатов мониторинга потребностей работодателей, в рабочую программу вносятся следующие дополнения (изменения):

№	Вид дополнений/изменений	Содержание дополнений/изменений, вносимых в рабочую программу
1	Актуализация современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	<p>Изложить п.9.2 в следующей редакции: 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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» – ЭКБСОН - информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

Дополнения и изменения внес:

доцент кафедры МиМУ, к.с.н.



О.В. Третьякова

Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой
«15» мая 2023 г.



М.Л. Белоношко

