

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы».

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Автор: Н.Н. Скрипникова

Воронеж – 2021

Введение

Цели дисциплины

научить студентов творческому подходу к овладению профессией; современным технологиям в сфере рекламы и PR; сформировать у студентов устойчивое представление о становлении и развитии связей с общественностью как профессии, науки и отрасли бизнеса; овладеть навыками профессиональной PR-деятельности в различных сферах; овладеть современными практиками в сфере рекламы и PR; адаптировать в профессиональной среде и умению работать в команде; развить интерес к будущей профессии.

Задачи освоения дисциплины

показать обучение как правильную самоорганизацию творческого процесса; сформировать умения для самостоятельной работы, изучить базовые представления об этике профессиональной деятельности; развить креативные способности и организаторские навыки; готовность способностью к саморазвитию и повышению своей квалификации и мастерства; развить способность обсуждать профессиональные проблемы и отстаивать свою точку зрения.

I Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы».

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, которую они выполняют по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его прямого участия. Самостоятельная работа нацелена на повышение уровня теоретического и практического освоения студентами данного курса.

Самостоятельная работа необходима не только для освоения дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы», но и для формирования навыков самостоятельной работы как в учебной, так и профессиональной деятельности. Каждый студент учится самостоятельному решению проблем, нахождению оригинальных творческих решений.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, текстов лекций, систематизацию прочитанного материала, решение стандартных и нестандартных задач т.п.), которые ориентированы на более глубокое

усвоение материала изучаемой дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы». Самостоятельная работа по данной дисциплине может осуществляться в различных формах (например, подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита курсовой работы / проекта; подготовка презентаций, спичрайтерских выступлений и др.). Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать индивидуальные особенности студента. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов online и на занятиях в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности.

Самостоятельная работа выполняется на основе изучения литературы (коллективных произведений, монографий, статей и др.), в которых предметом специального рассмотрения является тема самостоятельной работы, а также с использованием предложенной преподавателем методической литературы. Подбор литературы следует начинать с ознакомления с предметным, систематическим каталогами и ресурсами электронной библиотеки ВГТУ. Подбор литературы завершается составлением сводного списка литературы, подлежащей изучению. Самостоятельная подготовка может вестись с использованием списка основной и дополнительной литературы.

При выполнении самостоятельной работы студент должен пройти следующие этапы: определение цели самостоятельной работы; конкретизацию проблемной или практической задачи; планирование (самостоятельно или с помощью преподавателя) самостоятельной работы по решению задачи; реализацию программы выполнения самостоятельной работы.

Работа должна содержать: обоснование актуальности темы, формулировку целей и задач; степень разработанности проблемы, характеристика объекта исследования; изложение содержания методов получения, обработки и анализа информации, используемых в самостоятельной работе; результаты анализа и исследовательской деятельности; выводы, сформулированные студентом по результатам работы, их обоснование.

Самостоятельная работа по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» выполняется в виде:

1. Творческое задание – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Рекомендуются для оценки умений и владений студентов.
2. Написание эссе.

Творческие задания по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы»:

1. Коммуникационный менеджмент как платформа для творчества.

На основе самостоятельно изученного материала, представленного в списке литературы к теме, студенты готовят коммуникационную программу, включающую следующие пункты: Введение; Содержание; Обзор ситуации; Цели и задачи; Целевые аудитории; Стратегия и тактика; Реализация/внедрение программы/коммуникационные инструменты.

2. Портфолио успешного креатора: принципы формирования, структура, особенности презентации.

Написание эссе.

Эссе – вид самостоятельной исследовательской работы студентов, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

В зависимости от темы формы эссе могут быть различными. Это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и подробный разбор проблемной ситуации с развернутыми мнениями, подбором и детальным анализом примеров, иллюстрирующих проблему и т.п. В процессе выполнения эссе студенту предстоит выполнить следующие виды работ: составить план эссе; отобрать источники, собрать и проанализировать информацию по проблеме; систематизировать и проанализировать собранную информацию по проблеме; представить проведенный анализ с собственными выводами и предложениями. Тему эссе студент выбирает из предлагаемого примерного перечня. Это могут быть следующие темы:

1. Понятие креатива в профессиональной рекламной и PR-деятельности.
2. Принципы формирования эффективного креатив-брифа.
3. Методика анализа взаимной согласованности стратегии и креатива.
4. Стратегии рационального и эмоционального воздействия.
5. Доступность для восприятия: использование постскриптума, возможность установления обратной связи.

Руководители должны регулярно проводить консультации. Очень важной является первая консультация, когда студентов знакомят с методикой работы, подбором литературы и составлением плана.

Контроль над самостоятельной работой студента осуществляется преподавателем во время консультаций и практических занятий с помощью тестирования, собеседования, защиты индивидуального задания, публичного доклада, подготовки реферата.

II Методические рекомендации для выполнения курсовой работы по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы»

Курсовая работа по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» является важной частью процесса обучения студентов высшей школы. При выполнении курсовых работ студентами приобретаются навыки самостоятельной творческой деятельности, умение проводить исследования, анализировать учебно-методическую и научную литературу, пользоваться справочниками и нормативной документацией, практически использовать и теоретические знания, полученные на аудиторных занятиях.

Написание и защита курсовой работы являются завершающим этапом изучения дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» студентами очного и заочного отделения направления «Реклама и связи с общественностью».

Обучение студентов творческому мышлению, нахождению нестандартных решений в условиях постоянно изменяющейся внешней среды с целью обеспечения жизнеспособности производственно-коммерческих структур – задача, стоящая перед системой подготовки профессиональных кадров. Особое значение в этом направлении отводится выполнению курсовой работы. Курсовая работа выполняется в процессе проведения аудиторных лекционных и практических занятий по дисциплине «Основы творческой деятельности в

сфере СО и рекламы». Наряду с лекциями, практическими занятиями написание курсовой работы способствует углублению знаний студентов по изучаемой дисциплине. Целью выполнения студентами курсовой работы по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» является формирование у студентов устойчивого представления о становлении и развитии связей с общественностью как профессии, науки и отрасли бизнеса; обучение современным технологиям в сфере рекламы и PR; овладение навыками профессиональной PR-деятельности в различных сферах; овладение современными практиками в сфере рекламы и PR; адаптация в профессиональной среде и умение работать в команде; развитие интереса к будущей профессии, а также развитие креативные способности и организаторские навыки; готовность способностью к саморазвитию и повышению своей квалификации и мастерства; развитие способность обсуждать профессиональные проблемы и отстаивать свою точку зрения.

В процессе выполнения курсовой работы студент должен проявить способности к самостоятельной работе, культуру экономического мышления, владение приемами и навыками корректной постановки научных и научно-практических задач, умение обосновывать и защищать собственные суждения, а также излагать их в соответствии с существующими правилами и традициями, грамотно и доступно.

Основными *задачами* при выполнении курсовой работы являются:

- 1) обоснование актуальности и значимости выбранной темы курсовой работы;
- 2) постановка цели, задач, определение объекта, предмета и методологии исследования;
- 3) анализ и систематизация теоретических выводов отечественных и зарубежных авторов о состоянии исследуемой проблемы;
- 4) владение современной методикой решения практических задач и вопросов, поставленных в работе.

Отдельной задачей, общей для всех студентов вне зависимости от темы конкретного исследования, является следование требованиям к оформлению курсовой работы.

Данный подход обусловлен тем, что одним из важнейших элементов культуры производства является умение грамотно и ясно излагать свои мысли, в соответствии с существующими стандартами, максимально используя при этом все возможности компьютерной техники и программного обеспечения.

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» включает следующие этапы:

- 1) ознакомление с требованиями, предъявляемыми к курсовым работам;
- 2) выбор и утверждение темы курсовой работы;
- 3) составление плана выполнения курсовой работы и согласование его с руководителем;
- 4) подбор и изучение литературных источников по теме курсовой работы;
- 5) сбор и анализ практического материала;
- 6) написание и оформление курсовой работы;
- 7) подготовка к защите курсовой работы (написание доклада и подготовка презентации);
- 8) защита курсовой работы.

В процессе выполнения курсовой работы по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» бакалавр направления «Реклама и связи с общественностью» должен решать соответствующие его степени (квалификации) задачи, а именно:

знать исторические, экономические, политические и социокультурные условия и предпосылки становления и развития рекламной и PR-деятельности в России и за рубежом; ключевые понятия рекламной и PR-деятельности; парадигмы современных коммуникаций и место специалиста по коммуникациям в современном информационном пространстве; роль и место рекламы и связей с общественностью в современном обществе; сущность рекламной и PR-деятельности, их основные задачи, цели, структуру и принципы, используемую терминологию; знает технологии и практики в сфере рекламы и PR для решения профессиональных задач.

Уметь раскрыть основные специализации в рекламной и PR-деятельности и их содержание; умеет участвовать в реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью; объяснить закономерность развития и современные тенденции эволюции рекламной и PR-деятельности; пользоваться профессиональной терминологией; умеет использовать полученные знания на практике и представить результаты своей деятельности.

Выбор темы курсовой работы осуществляется студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем, ведущим курс лекций по

дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы». Это могут быть следующие темы:

1. Мотивационный анализ и его использование для создания креатива.
2. Презентация креативного брифа по подготовке и проведению PR – кампании.
3. Digital-коммуникации современных масс-медиа.
4. Реклама и PR, ориентированные на целевые (контактные) аудитории.
5. Подготовка речи для собственной PR – кампании.
6. Проблемы рекламного творчества, креатив в рекламе.
7. Психология воздействия и восприятия рекламного обращения.

Во всех случаях тема курсовой работы должна быть актуальной, достаточно конкретной, иметь прикладное значение и соответствовать современному уровню развития маркетинга с учетом российской практики и основному профилю специализации студента. При этом необходимо учитывать возможность доступа к получению фактических данных об объекте исследования.

В процессе выполнения курсовой работы по согласованию с научным руководителем возможны корректировка и уточнение темы в рамках выбранного тематического направления. Окончательная формулировка темы должна быть по возможности краткой, точной, соответствовать содержанию курсовой работы.

В теме курсовой работы в скобках должна быть указано полное название объекта, на примере которого рассматривается проблема (на примере ООО «Ростелеком», «ИНВИТРО»).

Объем работы должен составлять 30–35 страниц; время, отводимое на ее написание от 1–2 месяца до сессии. В зависимости от объема времени, отводимого на выполнение задания, работа может иметь различную творческую направленность.

При написании работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы.

Структура работы:

- титульный лист;
- оглавление;

- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников и литературы;
- приложение (я);
- скриншот отчета проверки работы через систему «Антиплагиат.ру».

Титульный лист содержит полное наименование образовательной организации высшего образования, наименование кафедры, на которой данная работа выполняется; наименование дисциплины, тему курсовой работы, а также данные студента, который выполнял конкретную работу, научного руководителя и оценку, с которой защищена данная работа.

В оглавлении перечисляют введение, заголовки глав (разделов) и подразделов основной части, заключение, список использованных источников и литературы с указанием их названий и номеров страниц, на которых они начинаются.

Во введении формулируется проблема исследования, обосновываются актуальность темы, степень ее разработанности, место и значение в науке и практике. Далее формулируются цель и задачи исследования, указываются объект, предмет, методика и методология исследования, обосновывается структура работы.

Основная часть работы должна включать не менее 2-х глав (но, как правило, не более 3-х), она может быть представлена теоретическим и практическим разделами. В основной части работы приводятся данные, отражающие сущность, методику и основные результаты исследования.

Каждая глава и параграф должны иметь сформулированное название, отражающее сущность содержания. Главы должны быть самостоятельными структурными частями работы, каждая из которых содержит вступление, основное содержание и выводы. Главы и параграфы должны быть логически связаны друг с другом. В заключении приводятся обобщенные итоги теоретической и практической разработки темы, отражается результат поставленных задач, формулируются выводы, предложения и рекомендации по использованию результатов работы.

Общее количество источников информации в списке использованных источников и литературы должно быть не более 15 наименований, из них – не менее 70 % сроком издания не старше 5-ти лет. В списке литературы должна быть указана нормативная литература, учебные и научные издания, в том числе, из электронно-библиотечной системы ВГТУ.

Курсовая работа представляется и защищается в установленные учебными планами сроки. Курсовая работа, не представленная студентом в установленные сроки, не отвечающая настоящим методическим требованиям, не допускается к защите и не позволяет студенту получить положительную оценку.

III Методические рекомендации по организации контактной работы студента с преподавателем при освоении дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы»

Общие положения

Методические рекомендации по организации форм контактной работы студента с преподавателем содержат описание методов и средств использования электронной информационно-обучающей среды при реализации учебных занятий по освоению дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» направления бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Под контактной работой студентов с преподавателями в электронной информационно-образовательной среде (далее – контактная работа в ЭИОС) понимается образовательная деятельность, основанная на взаимодействии обучающихся с педагогическими работниками в ЭИОС, организованном с помощью средств ЭО и ДОТ в целях достижения образовательных результатов. Контактная работа в ЭИОС может происходить с использованием исключительно активных методов обучения при синхронном или асинхронном формате взаимодействия обучающихся с педагогическими работниками в ЭИОС.

С целью прохождения обучающимися образовательных программ в полном объеме каждый преподаватель дисциплины (модуля) самостоятельно определяет формы обучения по каждой дисциплине (модулю): скайп-конференции, онлайн-курсы, презентации, вебинары, общение через мессенджеры, электронную почту, социальные сети. Ответственный за организацию технического сопровождения перехода на реализацию образовательных программ с применением исключительно ДОТ создает в облачном хранилище (Google-диск, Яндекс.диск и др.) систему контроля выдачи заданий обучающимся.

В рамках этой работы при освоении курса по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» проводятся видеолекции, вебинары по организации самостоятельной работы студентов на основе учебно-методических комплексов, вебинары по сложным темам курса, вебинары практической направленности, тематические, проблемные, задачные и консультационные форумы, форумы по организации самостоятельной работы студентов, образовательные вебквесты, индивидуальные и групповые видеоконсультации и др.

Промежуточная, итоговая, государственная итоговая аттестация обучающихся с использованием дистанционных образовательных технологий осуществляется через автоматизированное тестирование, выполнение письменных работ, проведение устных экзаменов, зачетов, собеседований, формирование и оценивание портфелей обучающихся, проведение учебных вебконференций и др.

Основой учебно-методического обеспечения контактной работы обучающихся с преподавателем является учебно-методический комплекс по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы», размещенный в электронной информационно-образовательной среде университета и включающий комплект электронных образовательных ресурсов, обеспечивающих все виды работы в соответствии с программой учебного предмета «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы».

Организация контактной работы в ЭИОС по освоению дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы».

Организация контактной работы при реализации учебных занятий по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» в ЭИОС (иначе – онлайн-занятий) может осуществляться при непосредственном включении в образовательную деятельность элементов систем и сервисов ЭИОС, позволяющих установить синхронное либо асинхронное взаимодействие между обучающимися и педагогическими работниками. Организация образовательной деятельности в ЭИОС ВГТУ в форме контактной работы возможна за счет использования элементов таких систем и сервисов как:

- Электронная информационно-образовательная среда ВГТУ - <http://eios.vorstu.ru/>, которая позволяет организовать образовательный процесс посредством использования информационно-образовательных технологий и сервисов ЭИОС; обеспечить доступ обучающихся и преподавателей к информационно-справочным и информационным

образовательным ресурсам ЭИОС университета посредством использования информационно-коммуникационных технологий и сервисов ЭИОС, а также обеспечить эффективные коммуникации и взаимодействие всех участников образовательного процесса.

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>.
- Электронные библиотечные системы и научная библиотека ВГТУ.
- «Студенческий чат ВГТУ» – web приложение для взаимодействия преподавателей и студентов, элементы которого предполагают возможность обратной связи со стороны преподавателя в виде комментария или оценки работы обучающегося и могут быть использованы для организации всех видов учебных занятий, в частности по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы».

При организации в ЭИОС лекций, разъяснительной части практических занятий, консультаций по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» активно используется сервис видеоконференций в системе Zoom для проведения:

- лекций;
- практических занятий;
- семинаров по организации самостоятельной работы студентов;
- консультации по сложным темам курса и др.

При осуществлении контактной работы применяются и иные формы взаимодействия со студентами. Эффективным инструментом контактной работы при освоении дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» являются корпоративные группы кафедры «Связи с общественностью» в социальной сети ВКонтакте для размещения актуального обучающего контента:

«Profi comunica» <https://vk.com/club1933500754>;

Студенческая лаборатория «PR прямого действия. Мастерская профессионалов» - <https://vk.com/club31511967>.

Для организации консультаций по дисциплине «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» используется сервис «Чат» и «Беседа» ВКонтакте группы кафедры «Связи с общественностью» https://vk.com/pr_vgasu.

При организации контактной работы в ЭИОС в рамках одного

учебного занятия по одной теме дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» возможно использование нескольких элементов контактной работы.

При использовании комбинации ресурсов дистанционного обучения для студентов размещается актуальная информация о регламенте изучения всего курса дисциплины «Основы творческой деятельности в сфере СО и рекламы» (или отдельной темы) для обеспечения их связи в учебной работе студента посредством гиперссылок и поясняющего текста.

При использовании комбинации элементов также возможно использование элементов и ресурсов ЭИОС, не предполагающих взаимодействия между обучающимися и педагогическими работниками для организации вводной части занятия, актуализации пройденного учебного материала, обеспечения дополнительной образовательной активности и т.д. – в качестве вспомогательных элементов и ресурсов при их сочетании с элементами контактной работы используется, например, *электронная почта преподавателя*.

Примечание: *сокращения, определения и ссылки.*

ДОТ – дистанционные образовательные технологии.

ЭИОС – Электронная информационно-образовательная среда университета
- <http://eios.vorstu.ru/>.

«Студенческий чат ВГТУ» – web-приложение для взаимодействия преподавателей и студентов.

«Profi comunica» <https://vk.com/club1933500754>; Студенческая лаборатория «PR прямого действия. Мастерская профессионалов» <https://vk.com/club31511967> – корпоративные группы в социальной сети ВКонтакте для студентов и преподавателей для размещения актуального обучающего контента.

Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1.Зенгин, С.С. Проекты и проектная деятельность в социокультурной сфере: учеб. пособие / С. С. Зенгин. - Краснодар: КГИК, 2016. - 171 с.;

2.Кудинова, А.В. Современная визуальная культура: фотография, реклама, Интернет: учеб. пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подгот. 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки / А. В. Кудинова. - Краснодар, 2016. - 152 с.;

3.Назаров, М.М. Визуальные образы в социальной и маркетинговой

коммуникации: опыт междисциплинарного исследования / М. М. Назаров, М. А. Папантиму. - изд. стереотип. - М.: ЛИБРОКОМ, 2015. - 216 с.

4. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриева. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01525-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=11501>

5. Роэм, Д. Практика визуального мышления. Оригинальный метод решения сложных проблем / Д. Роэм; пер. с англ. П. Миронова. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 384 с.

Дополнительная литература

1. Новаторов, В.Е. Социально-культурный маркетинг: история, теория, технология: учеб. пособие / В. Е. Новаторов. - СПб.: Лань; Планета музыки, 2015. - 382 с.

2. Розин, В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир / В. М. Розин. - 5-е изд. - М.: ЛИБРОКОМ, 2012. - 272 с.;

3. Тульчинский, Г.Л. Маркетинг в сфере культуры: учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. - СПб: Лань; Планета музыки, 2009. - 495 с.;

4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие / Ф. И. Шарков; [гриф УМО]. - М.: Дашков и К`, 2012. - 324 с.

5. Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.Н. Скрипникова. - Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 53 с. - ISBN 978-5-89040-561-6.