

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета психологии

 Д. Ю. Баланев

« 15 » 05 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент профессиональной траектории
по направлению подготовки

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
«Цифровой бренд-менеджмент»

Форма обучения
Очная

Квалификация
Магистр

Год приема
2024

Код дисциплины в учебном плане: Б.1.В.ДВ.03.02

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 Д. И. Спичева

Председатель УМК

 М. А. Подойница

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

ПК-2 Способен к разработке коммуникационной стратегии.

ПК-5 Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке).

ПК-6 Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК 1.3 Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.

ИПК 2.1 Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности).

ИПК 2.2 Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).

ИПК 2.3 Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).

ИПК 5.1 Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта.

ИПК 5.2 Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.

ИПК 6.1 Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.

2. Задачи освоения дисциплины

Научиться управлять собственной профессиональной траекторией.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор (ДВ.3).

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 2, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Прикладная семиотика и цифровая антропология в брендинге»; «Межкультурная сетевая коммуникация»; «Технологии психологического воздействия в

сетевом цифровом информационном пространстве»; «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте»; «Интернет-маркетинг: инструменты продвижения»; «Организация предпринимательской деятельности».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

– лекции: 10 ч.;

– практические занятия: 16 ч.

в том числе практическая подготовка: 2 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

<https://stepik.org/course/114049/promo>

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проверки заданий согласно программе, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет во втором семестре проводится в устной форме по выполненным заданиям + по итогам прохождения курса <https://stepik.org/course/114049/promo>. Студент должен продемонстрировать знание теоретического материала по курсу, который он использовал при выполнении конкретного задания (весь теоретический материал к каждому заданию размещен в MOODLE). Продолжительность зачета 1,5 часа.

Результаты зачета определяются отметками «зачтено», «не зачтено».

Все выполненные задания текущего контроля влияют на промежуточную аттестацию. «Зачтено» ставится, если студент выполнил задания, способен объяснить механизм его выполнения и обосновать, какими теоретическими материалами он пользовался при выполнении задания.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle»;

б) Электронный учебный курс на платформе «Stepik» - <https://stepik.org/course/114049/promo>.

в) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Системный бренд-менеджмент Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. URL: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=b277df7c-d562-4c46-912c-3acf8bcd4006%40sessionmgr4007&bdata=Jmxhbm9cnU%3d#AN=tsu.iprbooks71225&db=cat07729a>.

2. Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд Брендинг. Как создать мощный бренд Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама». – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. URL: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=8baef761-aabe-4d31-b1ce-5be2d44870c5%40sessionmgr4006&bdata=Jmxhbm9cnU%3d#AN=tsu.iprbooks71210&db=cat07729a>.
3. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен: социально-философский анализ диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук : 09.00.11 Спичева Дина Ивановна ; науч. рук. И. П. Кужелева-Саган ; Том. гос. ун-т. – Томск, 2014. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000491541>.
4. Бердышев С. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие / С. Бердышев. – М. : Дашков и Ко, 2016. – 220 с.
5. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с.

б) дополнительная литература и электронные источники:

1. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М. : Издательство Юрайт, 2016.
2. Кужелева-Саган И. П. Управление интернет-проектами : учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] / Том. гос. ун-т, 2000. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422674>
3. Спичева Д.И. Роль имиджевой коммуникации в интернет-пространстве [Электронный ресурс] / Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики 2013 № 11, ч. 1. С. 164-167.
4. Спичева Д.И. Факторы эффективности цифрового имиджа как социально-технологического феномена [Электронный ресурс] / Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики 2013 № 8, ч. 2. С. 175-178.
5. Фадеева Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 263 с.
6. SERM: управление репутацией в поисковых системах. — Бесплатное электронное издание. — ООО «Интернет-маркетинг», 2016.
7. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд / А. Н. Чумиков. – М. : АСПЕКТ ПРЕСС, 2012. – 159 с.
8. Кужелева-Саган И.П. Онтология сетевого общества и культура цифровых кочевников: методологические подходы / The Ontology of the Network Society and the Culture of Digital Nomads: Methodological Approaches // Вестник Томского государственного университета. 2019 (440):58-63.
9. Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения: трансформация фреймов коммуникации : [коллективная монография / А. П. Глухов, И. П. Кужелева-Саган, Т. А. Булатова и др.] ; науч. ред. И. П. Кужелева-Саган ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т. - Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000632541>
10. Блог «Слово ректору». URL: http://www.tsu.ru/university/rector_page/index.php?
11. Литвин Е.Н. Прибыльный блог : создай, раскрути и заработай. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер , 2012, - 266 с.
12. Любецкий П. Показатели маркетинговой эффективности интернет-рассылки / Indicators of marketing efficiency of internet mailing // Организационно-правовые аспекты инновационного развития АПК. 2018 (1-1):112-118 с.

13. Анисимов А.Ю., Оленина Е.О. Мобильные приложения как инструмент привлечения интернет-потребителей // Гуманитарные научные исследования. - 2 (66). – 2017. – С. 346-349.

14. Behance. Коллекция уникальных работ от дизайнеров, разработчиков и творческих людей со всего мира. URL: [Behance :: Лучшее из Behance](#)

15. Dribbble. Портфолио проектов и персональных иллюстраций в графике, дизайне упаковки, анимации и пр. URL: [Dribbble - Discover the World's Top Designers & Creative Professionals](#)

16. Creatopy. Эффективная платформа для визуального производства, которая дает возможность творить). URL: [Make Ads That Stand Out - Ad Design & Creation Platform - Creatopy](#).

17. Crello.com. Редактор графического дизайна, который помогает создавать изображения для социальных сетей, видео и анимированную графику). URL: [VistaCreate — Бесплатный инструмент для графического дизайна. Простой онлайн-редактор](#).

18. Adobe Fonts. Онлайн-сервис, предоставляющий доступ к своей библиотеке шрифтов в соответствии с единым лицензионным соглашением. URL: [Adobe Fonts | Просмотрите наш обширный каталог универсальных шрифтов](#).

19. Google Fonts. Бесплатный доступ к библиотеке шрифтов для всех. URL: [Browse Fonts - Google Fonts](#).

20. Font Squirrel. Бесплатные шрифты для коммерческого использования. URL: [Browse Fonts - Google Fonts](#).

21. Font Library. Сайт для размещения шрифтов. URL: [Font Library](#).

22. ColorScheme.Ru. Онлайн-каталог цветов Pantone. URL: [Цвета Pantone — Онлайн каталог Pantone. Таблица Пантонов по CMYK и RGB — ColorScheme.Ru](#).

23. Pantone. Институт цвета. URL: [Pantone Color, Chips & Color Guides | Color Inspiration | Pantone](#).

24. Turbologo. Онлайн-сервис для разработки креативных и качественных логотипов. URL: [Создать Логотип Онлайн | Бесплатно | TURBOLOGO](#).

25. Wix Logo Make. Онлайн-сервис по созданию собственного логотипа. URL: [Логотип онлайн бесплатно | Logo Maker | Wix.com](#).

27. Easil. Инструменты и готовые шаблоны для историй. URL: <https://app.easil.com/login>.

28. Визуальный стиль рассылок: ключевые рекомендации по оформлению. Рекомендации для разработки визуального стиля на начальных этапах рассылки. URL: [Как дизайнеру не ошибиться при оформлении рассылки — KINETICA](#).

29. 25 крутых рассылок: интересные идеи для дизайна писем. Урсков Илья и подборка с 30 интересными письмами от компаний из разных сфер. URL: [25 крутых рассылок: интересные идеи для дизайна писем — Маркетинг на vc.ru](#).

30. Mosaico. Конструктор шаблонов электронных писем с открытым исходным кодом. URL: [Free email template builder - Responsive mail editor and designer | Mosaico.io](#).

31. Stripo. Конструктор электронных писем. URL: [Stripo — бесплатный конструктор email-шаблонов: визуальный и HTML редакторы](#).

32. Coggle.it. Бесплатный сервис для создания ментальных карт. URL: [Simple Collaborative Mind Maps & Flow Charts - Coggle](#).

33. Mindmeister.com. Приложение для совместной работы с ментальными картами. URL: [Создавайте Интеллект-Карты Онлайн - На Любом Устройстве | MindMeister](#).

34. Где скачать иконки для сайта? Список лучших веб-сайтов для бесплатной загрузки значков. URL: [Где скачать иконки для сайта бесплатно? \(tilda.education\)](#).

35. Как сделать сайт мероприятия. Пошаговое руководство с примерами и шаблонами. Как правильно создать и запустить сайт мероприятия, как регистрировать участников и принимать оплату. URL: [Сайт мероприятия — как сделать эффективный сайт для события \(tilda.education\)](#).

36. Формула Landing Page. Формула показывает, как расположить блоки для эффективного лендинга. URL: [Формула Landing page \(tilda.cc\)](http://tilda.cc).
37. Шаблоны для сайтов на Tilda Publishing. Образцы хорошего дизайна и примеры использования блоков. URL: [Шаблоны для сайтов на Tilda Publishing](http://tilda.cc).
38. Linea. База иконок для лендинга. URL: [Linea Icons :20+ Best Sites for Free Icons](http://linea.cc).
39. Shutterstock. Фотосток. URL: [Стоковые изображения: фотографии, векторная графика и иллюстрации для творческих проектов | Shutterstock](http://shutterstock.com).
40. Tilda Icons. База иконок для лендинга. URL: [Бесплатные иконки — Tilda Publishing](http://tilda.cc).
41. Tilda Publishing Russia. Видеоуроки по созданию лендингов от Tilda Publishing. URL: [Tilda Publishing Russia - YouTube](http://tildarussia.com).
42. Вильямс Р. Дизайн для НЕдизайнеров. - Санкт-Петербург: Символ-Плюс, 2016. - 192 с.
43. Клеон О. Кради как художник. 10 уроков творческого самовыражения. - Москва: МИФ, 2013. - 176 с.
44. Луптон Э. Графический дизайн от идеи до воплощения. - Санкт-Петербург: Издательский Дом Питер, 2013. - 184 с.
45. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль: руководство дизайнера. - Санкт-Петербург: Издательский Дом Питер, 2011. - 208 с.

в) профессиональные базы данных (*при наличии*):

- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>
- Электронные ресурсы НБ НИ ТГУ: <https://lib.tsu.ru/ru>.
- Научная электронная библиотека eLibrary
- Электронная библиотечная система Znanium.com
- Электронная библиотечная система Лань
- Электронная библиотечная система Юрайт
- Электронная библиотека диссертаций РГБ
- Электронная библиотека ИД Гребенников

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

15. Информация о разработчиках

Винокурова Е. Н., ассистент КСК ФП НИ ТГУ

**Курс реализуется с помощью включения в образовательный процесс электронного курса «Менеджмент профессиональной траектории» на образовательной платформе Stepik (<https://stepik.org/course/114049/promo>). Разработчик курса на Stepik: В. Н. Петрова, д-р психологических наук, доцент, ФП НИ ТГУ.*