

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

<b>Код модуля</b>	<b>Модуль</b>
1160140	Сопровождение медиапроцессов

**Екатеринбург**

<b>Перечень сведений о рабочей программе модуля</b>	<b>Учетные данные</b>
<b>Образовательная программа</b> 1. Проектирование и сопровождение медиапроцессов	<b>Код ОП</b> 1. 42.04.05/33.02
<b>Направление подготовки</b> 1. Медиакоммуникации	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 42.04.05

Программа модуля составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Волкоморов Владимир Александрович	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	медиакоммуникаций

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Сопровождение медиапроцессов

### 1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль направлен на формирование профессиональных навыков в области создания текстов, формирования информационной повестки и совершенствования коммуникативных навыков; изучаются особенности управления событиями и бренд-технологий как отдельного инструмента коммуникации с аудиторией.

### 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Копирайтинг	3
2	Формирование информационной повестки	3
3	Управление событием	3
4	Основы позиционирования и брендинга	3
ИТОГО по модулю:		12

### 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	1. Основы личностного и профессионального роста

### 1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Копирайтинг	УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе	З-1 - Определять специфику, разновидности, инструменты и возможности современных коммуникативных технологий для

	на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>академического и профессионального взаимодействия</p> <p>З-2 - Излагать нормы и правила составления устных и письменных текстов для научного и официально-делового общения на родном и иностранном (-ых) языках</p> <p>У-2 - Воспринимать и анализировать содержание письменных и устных текстов на родном и иностранном (ых) языках с целью определения значимой информации</p> <p>П-1 - Составлять устные и письменные тексты для научного и официально-делового общения на родном и иностранном (-ых) языках в соответствии с правилами и нормами</p> <p>П-2 - Осуществлять поиск вариантов использования инструментов современных коммуникативных технологий для решения проблемных ситуаций академического и профессионального взаимодействия</p>
	ПК-9 - Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов.	<p>З-3 - Охарактеризовать наиболее распространенные структуры публикаций в копирайтинге</p> <p>У-3 - Выбирать формат, технологии и жанры при создании материалов для различных аудиторий по запросу</p> <p>П-3 - Готовить публикации в разных жанрах, форматах и с использованием различных технологий</p>
Основы позиционирования и брендинга	ПК-12 - Способен создавать продюсерский план производства проекта.	<p>З-2 - Определять роль позиционирования и брендинга в медиасфере</p> <p>У-2 - Формулировать принципы создания бренда в медиа и средствами медиа</p> <p>П-2 - Предлагать решения для создания и укрепления бренда в медиа и средствами медиа</p>
Управление событиями	ОПК-5 - Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления	<p>З-1 - Различать основные методы и приемы осуществления профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Анализировать существующие методы и приемы осуществления профессиональной деятельности и выявлять необходимость их</p>

	<p>профессиональной деятельности</p>	<p>корректировки или разработки и внедрения инновационных методов и приемов</p> <p>П-1 - Составлять план поэтапного процесса разработки, внедрения, контроля и оценки инновационных методов и приемов осуществления профессиональной деятельности, в том числе в команде в рамках проекта, в соответствии с требованиями</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, инновационное мышление</p>
	<p>ПК-8 - Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты</p>	<p>З-3 - Сформулировать принципы управления событием</p> <p>У-3 - Обосновать выбираемые технологии реализации проектов событийного менеджмент</p> <p>П-3 - Предлагать концепции проектов в соответствии с потребностями целевой аудитории</p>
	<p>ПК-9 - Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов.</p>	<p>З-1 - Знать основные принципы работы с аудиторией во время публичных выступлений</p> <p>У-2 - Выделять закономерности функционирования медиапроектов</p> <p>П-4 - Разрабатывать оригинальные творческие концепции с учетом опыта конкурентов</p>
<p>Формирование информационно й повестки</p>	<p>УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>З-2 - Излагать нормы и правила составления устных и письменных текстов для научного и официально-делового общения на родном и иностранном (-ых) языках</p> <p>У-2 - Воспринимать и анализировать содержание письменных и устных текстов на родном и иностранном (ых) языках с целью определения значимой информации</p> <p>П-1 - Составлять устные и письменные тексты для научного и официально-делового общения на родном и иностранном (-ых) языках в соответствии с правилами и нормами</p>

	<p>ОПК-5 - Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности</p>	<p>З-2 - Характеризовать основные принципы, особенности и требования к процессу разработки, внедрения, контроля, оценки и корректировки методов и приемов осуществления профессиональной деятельности</p> <p>У-2 - Оценивать процесс разработки, внедрения, оценки и корректировки методов и приемов осуществления профессиональной деятельности на соответствие требованиям</p>
	<p>ПК-2 - Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>З-2 - Выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов</p> <p>З-3 - Перечислять способы и приемы формирования информационной повестки</p> <p>У-2 - Обосновать выбор проблемы для освещения деятельности общественных и государственных институтов</p> <p>У-3 - Выбирать актуальные технологии формирования информационной повестки</p> <p>П-2 - Соблюдать принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p> <p>П-3 - Создавать модель информационной повестки</p>

### 1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Копирайтинг**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Бенеманский Дмитрий Алексеевич	без ученой степени, без ученого звания	Директор	Медиацентр

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/29 от 14.12.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Бенеманский Дмитрий Алексеевич, Директор, Медиацентр

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Сущность понятия	Определение понятия "копирайтинг". Цели и задачи, назначение копирайтинга. Копирайтер. Основные задачи и обязанности копирайтера.
P2	Копирайтинг в системе маркетинговых коммуникаций	Виды копирайтинга. Копирайтинг прямого отклика. Имиджевый копирайтинг. Информационный копирайтинг. Рерайтинг. Алгоритм написания рекламного текста. Основные характеристики аудитории. Значение выгоды при написании рекламного текста. Формы изложения сообщений. Создание заголовков. Значение слогана.

## 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Копирайтинг**

**Электронные ресурсы (издания)**



1. Судоргина, З., З.; Копирайтинг: тексты, которые продаются : практическое пособие.; Феникс, Ростов-на-Дону; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458> (Электронное издание)
2. Луговой, Д. Б.; Копирайтинг : учебное пособие.; Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), Ставрополь; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483728> (Электронное издание)
3. ; SEO-копирайтинг 2.0: как писать тексты в эру семантического поиска; Инфра-Инженерия, Москва, Вологда; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493859> (Электронное издание)
4. Музыкант, В. Л.; Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) : монография.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064> (Электронное издание)
5. Пономарева, А. М.; Креатив и копирайтинг : учебник.; Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146> (Электронное издание)

### **Печатные издания**

1. Брукс, П.; Копирайтинг: как написать рекламу, которая будет продавать : пер. с англ.; Бератор-паблишинг, Москва; 2005 (1 экз.)
2. Иванова, К. А.; Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2006 (3 экз.)
3. Кот, Д.; Копирайтинг. Как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают; Питер, Москва [и др.]; 2012 (1 экз.)
4. Храповицкий, К.; SEO-копирайтинг. Практическое руководство по созданию правильных текстов; Наука и техника, Санкт-Петербург; 2014 (1 экз.)
5. Брукс, П.; Копирайтинг: как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать : [пер. с англ.]; Бератор-паблишинг, Москва; 2006 (6 экз.)
6. Каплунов, Д.; Копирайтинг массового поражения; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2013 (1 экз.)
7. Асланов, Т. А.; Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2016 (2 экз.)
8. Кузнецов, П. А.; Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", Москва; 2012 (1 экз.)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>

### 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Копирайтинг

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	<b>Не требуется</b>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Google Chrome, Mozilla Firefox
---	----------------------------------	--	---

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Формирование информационной повестки**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Иванова Олеся Юрьевна	без ученой степени, без ученого звания	Преподавате ль	периодической печати и сетевых изданий

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/29 от 14.12.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Иванова Олеся Юрьевна, Преподаватель, периодической печати и сетевых изданий**

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Р.1.	Источники генерации информационных поводов для работы с повесткой	Поиск и ревизия информационных поводов; Адаптация внешних и внутренних инфоповодов для работы с пулом СМИ/пабликов/блогеров; Алгоритмы создания информационных поводов; Принципы построения работающего информационного сообщения; Хайп как инструмент для работы в инфополе.
Р.2.	Тональность информационного поля, принципы работы с ней.	Методы оценки тональности информационного поля; Работа в условиях негативного инфополя; антикризисные коммуникации; Принципы построения позитивной повестки; Подходы и алгоритмы работы для долгосрочного планирования позитивной повестки; Определение пула СМИ и лидеров мнений для обеспечения присутствия бренда в позитивной повестке; Оцифровка результатов работы с информационной повесткой.

Р.3.	Взаимодействие с каналами коммуникаций: методы, принципы, контроль.	<p>Методы формирования пула СМИ и лидеров мнений;</p> <p>Принципы выстраивания взаимодействия с целевой аудиторией (СМИ и лидеры мнений);</p> <p>Определение контрольных точек во взаимодействии со СМИ/пабликами, блогерами.</p>
------	---	---

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Формирование информационной повестки

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Умаров, М., М., Черникова, А.; PR в реальном времени: тренды. Кейсы. Правила : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019> (Электронное издание)
2. Романов, А. А.; Рекламные и PR-технологии масс-медиа : учебно-методический комплекс.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Умаров, М. Ю.; PRописные истины. Почему не все могут сделать очевидное; Вершина, Москва; 2008 (2 экз.)
2. Минто, Б., Юрчик, И., Юрчик, Ю.; Принцип пирамиды Минто. Золотые правила мышления, делового письма и устных выступлений; Манн, Иванов и Фербер, Москва; 2015 (1 экз.)

### Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

### Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>
3. Агентство по оценке информационного поля/бренда (есть возможность бесплатного теста) <https://www.prnews.ru/>

### 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Формирование информационной повестки

#### Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Google Chrome, Mozilla Firefox
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Google Chrome, Mozilla Firefox
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	<b>Не требуется</b>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms

		<p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Управление событием**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Краснова Анна Вольфрамовна		Директор	Центр позиционировани я и бренд- технологий

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт**

Протокол № 33.00-08/29 от 14.12.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Краснова Анна Вольфрамовна, Директор, Центр позиционирования и бренд-технологий**

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Теоретические аспекты управления событием	Событие. Цель события, целевая аудитория, цель в самом событии, цель вне события, виды событий  Событие направлено внутрь, событие направлено наружу. Инструменты и контент – что необходимо для формирования желаемого результата у целевой аудитории (ЦА). Разработка проекта: цели, задачи, идеи, концепция+результат (планируемый), важность эмоциональной составляющей.
P2	Практические аспекты разработки, сопровождения и управления событием	Разработка проекта: ресурсы: люди, деньги, технологии и инструменты. Работа с интересами заказчика. Разработка проекта: структура мероприятия, выбор площадки, техническое оснащение, смета, партнеры. Экономическая сторона, юридическая сторона, договора, обязательства перед партнерами, графики работ. Участие звезд. Атрибутика, визуализация, навигация. Дресс-код в мероприятиях.  Управление рисками при подготовке и проведении событий. Кейтеринг на мероприятиях.  Работа с участием VIP-персон в мероприятиях. Уровень событий: город, регион, российский федеральный, международный. Отраслевые события. События типовые и уникальные.

		<p>События и коммуникационные активности (до, после и во время мероприятия), создание контента, пресс-сопровождение VIP персон, разрешение на съемки.</p> <p>Управление ценностями через события. Различные модели управления проектом при подготовке и реализации события.</p>
--	--	---

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Управление событием

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Шпаковский, В. О.; Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190> (Электронное издание)
2. Мельников, А., А.; ATL и BTL технологии : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97286> (Электронное издание)
3. Афанасьев, Г. С.; Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2012; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139178> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Шпаковский, В. О.; Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учеб. пособие [для студентов вузов].; Дашков и К°, Москва; 2008 (10 экз.)
2. Музыкант, В. Л.; Маркетинговые основы управления коммуникациями : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 - "Маркетинг" и 032401 - "Реклама".; Эксмо, Москва; 2009 (1 экз.)
3. Шумович, А. В.; Великолепные мероприятия. Технологии и практики event management; Манн, Иванов и Фербер, Москва; 2007 (1 экз.)
4. Пайн, Д. Б. II, Джозеф Б., Ливинская, Н. А.; Экономика впечатлений. Работа - это театр, а каждый бизнес - сцена; Вильямс, Москва ; СПб. ; Киев; 2005 (6 экз.)
5. Сондер, М., Скворцов, Д. В., Стрижак, Н.; Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы; Вершина, Москва ; Санкт-Петербург; 2006 (1 экз.)

#### Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

## Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

## 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Управление событием

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется

4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Основы позиционирования и брендинга**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Хижнякова Татьяна Николаевна	без ученой степени, без ученого звания	Преподавате ль	периодической печати и сетевых изданий

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/29 от 14.12.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Хижнякова Татьяна Николаевна, Преподаватель, периодической печати и сетевых изданий

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Понятие бренда и право-вое обеспечение брендин-га	<p>Индивидуальность бренда. Понятие идентичности бренда. Три элемента платформы бренда: философия, цели и ценности. Аспекты идентичности бренда: бренд как товар, бренд как организация, бренд как личность.</p> <p>как «личность», бренд как символ. Структура марочной идентичности. Качества бренда:</p> <p>функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные. Характеристики</p> <p>бренда: содержательные (любые ассоциации, отношения, чувства, оценочные суждения),</p> <p>функциональные (качество и надежность).</p> <p>Понятие атрибуты бренда (BrandAttributes). Понятие сути бренда (BrandEssence). Понятие индивидуальности бренда (BrandIdentity). Имидж бренда (BrandImage). Структура и разновидности бренда. Архитектура бренда. Портфель брендов: цели создания и принципы управления.</p> <p>Юридические аспекты бренда. Регистрация товарного знака.. Охраноспособность и грубая новизна имени марки. Закон о регистрации товарных знаков.</p>

<b>Р2</b>	Содержание брендинга	Брендинг товара, территории, личности, особенности брендинга в сфере медиа. Содержательные характеристики бренда. Содержание функциональных (назначение), индивидуальных (ценность), социальных (уважение) и коммуникативных (контакт) качеств бренда.
<b>Р3</b>	Позиционирование бренда	Концепции позиционирования и сегментирования как основа брендинга. Виды позиционирования. Стратегии позиционирования. Архитектура брен-дов. Бренды, суббренды, «серебряные пули». Аудит архитектуры бренда. Частные бренды. Разработка марочной стратегии. Особенность сильных брен-дов. Процесс формирования эмоционального отно-шения к бренду. Индивидуальность марки, отно-шение и доверие. Бренд билдинг. Этапы брендинга. Анализ рыночной ситуации и создание простран-ственной модели бренда. Конкурентный анализ и сегментирование потребителей. Разработка концеп-ции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций. Разработка идентич-ности бренда (имиджа, позиции, внешней перспек-тивы).

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основы позиционирования и брендинга

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Шарков, Ф. И.; Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042> (Электронное издание)
2. МакДональд, М., М.; Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697> (Электронное издание)
3. Годин, А. М.; Брендинг : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Ванэкен, Б., Домнин, В., Малкова, И.; Бренд-помощь. Простое руководство, которое поможет решить проблемы брендинга; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2005 (10 экз.)
2. Аакер, Д., Йохимштайлер, Э., Кияченко, Н. В., Москвичев, А. Н., Быстров, Ю. А.; Бренд-лидерство: новая концепция брендинга; Издательский Дом Гребенникова, Москва; 2003 (1 экз.)
3. Аакер, Аакер Д., Старов, С. А., Волков, Д. Л., Клемина, Т. Л., Загорский, А. Л.; Создание сильных брендов; Издательский Дом Гребенникова, Москва; 2003 (1 экз.)
4. Батра, Р.; Рекламный менеджмент : [Учеб. пособие]: Пер. с англ.; Вильямс, Москва; 2000 (3 экз.)



5. Нильсон, Т., Жильцов, С.; Конкурентный брендинг. Заставьте чужой опыт работать на себя; Питер, Санкт-Петербург; 2003 (2 экз.)
6. Перция, В.; Брендинг: курс молодого бойца; Питер, Москва ; СПб. ; Нижний Новгород [и др.]; 2005 (2 экз.)
7. Минетт, С., Кондукова, Э. В., Пелявский, О. Л., Старостина, А. А., Кравченко, В. А.; Маркетинг B2B и промышленный брендинг; Вильямс, Москва ; Санкт-Петербург ; Киев; 2008 (2 экз.)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Высшая школа брендинга <https://hsbranding.ru/>

Высшая Школа Брендинга (видеоконтент)  
<https://www.youtube.com/c/HigherSchoolofBranding/featured>

BrandNew Корпоративная и фирменная идентичность <https://www.underconsideration.com/brandnew/>

Создание знаковых ходов для брендов с помощью стратегии и творчества  
<https://interbrand.com/thinking/>

Ассоциация Брендинговых Компаний России <http://russianbranding.ru/>

Независимый проект брендингового агентства Depot WPF  
<https://www.sostav.ru/news/creative/branding>

## **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основы позиционирования и брендинга**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Google Chrome, Mozilla Firefox
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	<b>Не требуется</b>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Google Chrome, Mozilla Firefox
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Google Chrome, Mozilla Firefox