

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

Институт искусств и культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Директор Д.В. Галкин

Рабочая программа дисциплины

Технологии SMM

по направлению подготовки

54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) подготовки:

Графический дизайн

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2022

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
Т.А. Завьялова

Председатель УМК
М.В. Давыдов

Томск – 2022

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-1 – Способен применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода;

ПК-1 – Способен формировать техническое задание на различные продукты графического дизайна и выполнять процедуру согласования с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации;

ПК-2 – Способен к проектированию художественно-технических дизайн-проектов, объектов визуальной информации, идентификации на основе технического задания с учетом производственных, технологических, экономических условий и характеристик материалов.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-1.3 Осуществляет предпроектный анализ на основе оценки и отбора полученной научной информации и культурно-исторических предпосылок;

ИПК-1.1 Определяет проектные задачи и технические средства разработки дизайн-макета на основе результатов брифа или обсуждения с заказчиком предварительной информации;

ИПК-2.1 Разрабатывает дизайн-концепции системы визуальной информации, идентификации и коммуникации, основываясь на методы организации творческого процесса дизайнера в соответствии с заданием

2. Задачи освоения дисциплины

- Освоить аппарат СММ-технологий в социокультурной и музейной деятельности.
- Научиться применять понятийный аппарат СММ-технологий для решения практических задач профессиональной деятельности: формировать и реализовывать стратегию развития социальных сетей музейных и культурных институций, проектов и др.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор. Дисциплина входит в модуль дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.8.

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

Восьмой семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Картина мира, История искусств, Теория и история дизайна, Айдентика и корпоративная культура, Дизайн системы бренд-имиджа, Дизайн медиа и рекламы, Предпринимательство.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

-лекции: 12 ч.

-практические занятия: 50 ч.

в том числе практическая подготовка: 50 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Вводное занятие. Что такое SMM?

Определение. Стратегии. Форматы работы в социальных сетях. Специфика SMM-стратегий культурных проектов.

Тема 2. Выбор целевых сегментов и средств коммуникации. Методология работы с целевой аудиторией

Целевая аудитория (ЦА). Определение. Анализ. Специфика ЦА в культурных и музейных институциях.

Тема 3. Сайты, мобильные приложения, посадочные страницы

Разбор платформы Тильда. Как эффективно и наглядно рассказать о социокультурном проекте.

Тема 4. Дизайн для SMM в социокультурных проектах. Работа с локальной идентичностью и креативные проектами Томска (Том Соьер Фест, галерея “В Главном”, музей “Профессорская квартира” и др.)

Тема 5. Продвижение в Интернете

Форматы продвижения. Особенности таргетинга.

Тема 6. Бриф. SMM-стратегия

Практика. Работа с собственными кейсами.

Тема 7. Бриф. Контент-план

Практика. Работа с собственными кейсами.

Тема 8. Сторителлинг. Методология

Теория. Практические решения с разными вариантами повествования: путь героя, гора, сходящиеся идеи и др.

Тема 9. Сторителлинг. Практика. Финальное занятие.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, деловых игр по темам, выполнения домашних заданий, семинаров, групповой работе, круглым столам, решению кейсов, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в восьмом семестре проводится в формате групповой работы с собственными кейсами: реализация контент-плана, развитие проекта в выбранной социальной сети (ВК, Телеграмм), практические решения с разными вариантами

повествования (путь героя, гора, сходящиеся идеи и др.). Итоговое задание выполняется в формате pdf-презентации. Защита проектов осуществляется в формате печатной работы.

Результаты экзамена определяются оценками: отлично, хорошо, удовлетворительно. Критерии оценки ответов – демонстрация навыков по компетенциям: ИОПК-1.2, ИОПК-1.3, ИОПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-2.1.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

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

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по проведению лабораторных работ.

д) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

- Агарков А.П. Экономика и управление на предприятии / А.П. Агарков [и др.]. – М.: Дашков и Ко, 2021. – 400 с.

- Менеджмент: Учебник для бакалавров / Е. Л. Маслова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 336 с. – URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=51388>

- Е.Л. Шекова, Г.Л. Тульчинский. Менеджмент в сфере культуры. – М.: Планета музыки, 2021. – 542 с.

- М. Ильяхов, Л. Сарычева. Пиши, сокращай. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 440 с.

- Фил Барден. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 202. – 310 с.

б) дополнительная литература:

- «Как придумать идею, если вы не Огилви», Алексей Иванов, 2015

- «Кради, как художник. 10 уроков творческого самовыражения», Остин Клеон, 2012

в) ресурсы сети Интернет:

- «Как выстроить бренд проекта»: <https://mastera.academy/courses/kak-vystroit-brend-proekta/>

- «Как создавать видео-контент для своего контента»:

<https://mastera.academy/courses/kak-sozdavat-videokontent-dlya-svoego-proekta/>

- «Инструменты продвижения для начинающих»:

<https://mastera.academy/courses/instrumenty-prodvizheniya-dlya-nachinayushhih/>

- «Как использовать сторителлинг в бизнесе»: <https://mastera.academy/courses/kak-biznesu-rasskazivat-istorii/>

- Телеграм-канал «Кабачковая икра по акции»: https://t.me/sale_caviar

- The Art News Paper Russia: <https://www.theartnewspaper.ru/>

- Телеграм-канал «Маркетинг культуры»: <https://t.me/marketingofculture>

И др.

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

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

- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>

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.

Лаборатории, оборудованные экраном, проектором, компьютером.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Куклина Анастасия Юрьевна, кандидат философских наук, доцент кафедры дизайна ИИК ТГУ.