

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

Факультет психологии



**Рабочая программа дисциплины**  
**Научный PR**

Закреплена за кафедрой	кафедра социальных коммуникаций
Учебный план	Направление подготовки <u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
	Профиль подготовки <u>Работа с социальными медиа</u>
Форма обучения	очная
Общая трудоёмкость	2
Часов по учебному плану	72
в том числе:	
аудиторная контактная работа	29,65
самостоятельная работа	42,35
Вид(ы) контроля в семестрах	зачет в 7 семестре

Программу составила: Спичева Д.И., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д.филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Научный PR» разработана в соответствии с СУОС НИ ТГУ: самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол № 6 от 30.06.2021 г.).

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол №1 от 03.09.2021 г.

**Цель освоения дисциплины «Научный PR»** состоит в ознакомлении студентов с современными принципами популяризации науки и управления связями с общественностью в сфере научной коммуникацией.

### 1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Научный PR» входит в профессиональный цикл ОПОП бакалавриата, в обязательную часть. Курс «Научный PR» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими практиками, как «Производственная практика» и «Профессионально-творческая практика (НИР)», а также компетенции, развиваемые средствами данной дисциплины, необходимы для подготовки к сдаче государственного междисциплинарного экзамена, выполнения выпускной квалификационной работы.

### Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
<b>УК-1</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	<b>ИУК-1.3</b> Выявляет соотношение части и целого, их взаимосвязь, а также взаимоподчиненность элементов системы в ходе решения поставленной задачи.	<b>ОР-ИУК-1.3</b> <b>Обучающийся сможет</b> выявлять соотношение части (аннотации) и целого (основного содержания контента научного PR), их взаимосвязь, а также взаимоподчиненность элементов системы контента в ходе решения поставленной задачи по продвижению базисного субъекта научного PR.
<b>ОПК-1</b> Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<b>ИОПК-1.4</b> Демонстрирует навыки написания научных текстов и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса.	<b>ОР-ИОПК-1.4</b> <b>Обучающийся сможет</b> писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса.
<b>ПК-3</b> Владет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля.	<b>ИПК-3.3</b> Демонстрирует владение навыками презентации научного исследования, в том числе с использованием текстовых материалов.	<b>ОР-ИПК 3.3</b> <b>Обучающийся сможет</b> презентовать свое научное исследование широкой аудитории, в том числе с использованием текстовых материалов.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины/модуля составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах			
<b>Общая трудоемкость</b>	7 семестр – 72 ч.			
<b>Контактная работа:</b>	29,65			
Лекции (Л):	12			

Практические занятия (ПЗ)	18			
Лабораторные работы (ЛР)	-			
Семинарские занятия (СЗ)	-			
Групповые консультации	-			
Индивидуальные консультации	-			
Промежуточная аттестация				
<b>Самостоятельная работа обучающегося:</b>	42,35			
- написание эссе	-			
- подготовка доклада, сообщения	+			
- выполнение творческого/ аналитического задания	+			
- изучение учебного материала, публикаций	+			
- подготовка к круглому столу/дискуссии/диспуту	-			
- решение кейсов	-			
- создание электронной презентации	+			
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	зачет			

## 2.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Наименование разделов и тем	Всего (час.)/ семестр	Вид учебной работы (час.)			Код (ы) результата(ов) обучения
		Занятия лекционного типа	Практические занятия	Самостоятельная работа студента	
Наука и научная коммуникация: понятия, смыслы и функции.	4 / 7	2		2	<b>ОР-ИУК-1.3</b> <b>Обучающийся сможет</b> выявлять соотношение части (аннотации) и целого (основного содержания контента научного PR), их взаимосвязь, а также взаимоподчиненность элементов системы контента в ходе решения поставленной задачи по продвижению базисного субъекта научного PR.
Научный PR как инструмент популяризации науки	6 / 7	2		4	<b>ОР-ИУК-1.3</b> <b>Обучающийся сможет</b> выявлять соотношение части (аннотации) и целого (основного содержания контента научного PR), их взаимосвязь, а также взаимоподчиненность элементов системы контента в ходе решения поставленной задачи по продвижению базисного субъекта научного PR.

Научный PR в системе научной коммуникации в эпоху 4.0	4 / 7	2		2	<b>ОР-ИОПК-1.4</b> <b>Обучающийся сможет</b> писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса
Особенности научного PR в эпоху Четвертой промышленной революции	4 / 7	2		2	<b>Обучающийся сможет</b> выявлять соотношение части (аннотации) и целого (основного содержания контента научного PR), их взаимосвязь, а также взаимоподчиненность элементов системы контента в ходе решения поставленной задачи по продвижению базисного субъекта научного PR.
Научный PR как подход к управлению внешними и внутренними научными коммуникациями	8 / 7	2		2	<b>ОР-ИОПК-1.4</b> <b>Обучающийся сможет</b> писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса
Форматы научного PR для продвижения публикации	6 / 7		2	4	<b>ОР-ИПК 3.3</b> <b>Обучающийся сможет</b> презентовать свое научное исследование широкой аудитории, в том числе с использованием текстовых материалов
Разработка контента для продвижения публикации	6 / 7		2	4	<b>ОР-ИПК 3.3</b> <b>Обучающийся сможет</b> презентовать свое научное исследование широкой аудитории, в том числе с использованием текстовых материалов
Форматы научного PR для продвижения организации	6 / 7		2	4	<b>ОР-ИОПК-1.4</b> <b>Обучающийся сможет</b> писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса
Разработка контента для продвижения организации	6 / 7		2	4	<b>ОР-ИОПК-1.4</b> <b>Обучающийся сможет</b> писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса
Форматы научного PR для продвижения ученого	6 / 7		2	4	<b>ОР-ИОПК-1.4</b> <b>Обучающийся сможет</b> писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса
Разработка контента для продвижения ученого	6 / 7		2	4	<b>ОР-ИОПК-1.4</b> <b>Обучающийся сможет</b> писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса
Творческая работа по продвижению субъекта / объекта научного PR	10,35 / 7		6	4,35	<b>ОР-ИОПК-1.4</b> <b>Обучающийся сможет</b> писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса
Итого	72	10	18	42,35	

### Содержание дисциплины

*Наука и научная коммуникация: понятия, смыслы и функции.*

Что такое наука и научная коммуникация. В чем разница между «science communication» и «scientific communication». Признаки научного текста. Теоретические основы научной коммуникации. Форматы научного PR. Примеры ресурсов по популяризации науки.

### ***Научный PR как инструмент популяризации науки***

Кейсы, подтверждающие важность научного PR. Профессиональные компетенции научного коммуникатора. Планирование карьеры в сфере научной коммуникации. Критерии эффективности научного PR/

### ***Научный PR в системе научной коммуникации в эпоху 4.0***

К. Шваб о технологиях 4 промышленной революции как контекст современной научной коммуникации. Научная коммуникация 3.0 и 4.0. Достоверные источники научной информации в интернете. Социальные сети для коммуникации ученых.

### ***Особенности научного PR в эпоху Четвертой промышленной революции***

Сообщество научных коммуникаторов. Дайджест научных сетей. Исследовательские сообщества. Интеграция науки и соцсетей. Использование научных соцсетей. Сети для исследователей. Многоотраслевые научные соцсети. Модель научных сетей. Производительность научных сетей. Научные связи и прогресс. Потoki высокоскоростных научных сетей Сообщество помогает науке.

### ***Научный PR как подход к управлению внешними и внутренними научными коммуникациями***

Научная коммуникация в обществе. Научная коммуникация в профессиональной среде. Методы создания научной новости. Технологии продвижения научной новости средствами создания научно-популярного контента. Настройка и управление научной коммуникацией с целевой аудиторией.

### ***Форматы научного PR для продвижения публикации. Разработка контента для продвижения публикации***

Подходы и правила написания научной статьи. Технология работы над научной статьей К. Маккарти. Подходы и правила написания научно-популярной аннотации к научной статье.

### ***Форматы научного PR для продвижения организации Разработка контента для продвижения организации***

Характеристика базисного субъекта (организации научной сферы) продвижения. Характеристика целевой аудитории продвижения научной организации, ее интересы, потребности, ценности. Типы, виды и содержание продвигающего контента. Определение формата продвижения организации в зависимости от цели и ожидаемого результата продвижения.

### ***Форматы научного PR для продвижения ученого Разработка контента для продвижения ученого***

Продвижение исследователя по технологии Н. Горлдберг. Фестиваль научного кино. Подкасты ученых: "Качай нейрон", «КритМышь» и др. Научно-фантастическое телевидение как инструмент продвижения.

### ***Творческая работа по продвижению субъекта / объекта научного PR***

Разработка теста (как одного из форматов научного PR) с помощью специальной уandex-формы о научных интересах сотрудников кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

### **3. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины**

Условием эффективного усвоения содержания дисциплины «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы» и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с практическими занятиями, на которых формируется обозначенная выше профессиональная компетенция. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- Технологию – «анализ кейс-стади», представляющую собой изучение реальных проектов по управлению внешними и внутренними научными коммуникациями (ученого, организации и других субъектов научной коммуникации), работа с которыми позволяет анализировать реально существовавшие и существующие проблемы сферы научных коммуникаций; готовить соответствующие аналитические и прогнозные обзоры, записки и отчеты, заключения.

- Технологию «защита проекта с электронной презентацией», направленную на развитие проектных компетенций обучающихся, проявляющихся в умении осуществлять и представлять для обсуждения проектные разработки в сфере научного PR. Данная технология позволяет слушателям формировать умения по созданию контента с целью продвижения персоны, результатов научного исследования, организации и др; уметь встраивать данный контент во внутреннюю и внешнюю коммуникационную политику субъекта научной коммуникации.

- Технологию практической работы, ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс создания научных новостей и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения работать в разных форматах и жанрах научного контента для популяризации как результатов собственного исследования, так и результатов деятельности базисного субъекта научной коммуникации. Практическая работа используется как метод усиления интереса слушателей к профессиональной деятельности в сфере научного PR.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий.

***Виды самостоятельной работы студентов***, используемые в рамках дисциплины «Научный PR»:

- подготовка доклада и электронной презентации
- выполнение творческого задания (проектного типа)
- изучение учебного материала, кейсов, публикаций

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Научный PR».
- 2) Электронные тексты конспектов лекций.
- 3) Электронные презентации основного содержания дисциплины «Научный PR».
- 4) Курс «Научный PR» в системе MOODLE ТГУ. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *зачета*, - см в документе «Фонд оценочных средств для изучения учебной дисциплины «Научный PR».

Основная литература и электронные ресурсы:

1. УМК «Научный PR» / Д.И. Спичева [Электронный ресурс]. URL: <https://moodle.tsu.ru/course/management.php?categoryid=1337&courseid=15898>.
2. Формула научного PR 3.0. Сборник лучших практик в области научных коммуникаций. - СПб: Университет ИТМО, 2017. - .109 с. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.rvc.ru/upload/iblock/ef6/formula\\_3\\_0.pdf](https://www.rvc.ru/upload/iblock/ef6/formula_3_0.pdf)
3. PR науки и образования в Интернет (на примере сайта исследований ТГУ "Транссибирский научный путь"): магистерская диссертация по направлению подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью / А.Г. Газоян, ТГУ, 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vital:7631>

Дополнительная литература:

1. Алексеева Л. М. Культура научной коммуникации: учеб. Пособие. – Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2015. – 220 с.
2. Левитин К. Е. Научная журналистика как составная часть знаний и умений любого ученого. Учебник по научно-популярной журналистике. – М: Литрес, 2018. [Электронный ресурс]. URL: [https://books.google.co.uk/books?id=vTo8DwAAQBAJ&dq=%D0%BD%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F+%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0&hl=ru&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.uk/books?id=vTo8DwAAQBAJ&dq=%D0%BD%D0%B0%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B0%D1%8F+%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0&hl=ru&source=gbs_navlinks_s).
3. Шипман М. Научная коммуникация: Руководство для научных пресс-секретарей и журналистов. – М: Альпина Паблишер, 2017. – 186 с.
4. Скибицкий Э., Китова Е. Научные коммуникации. Учебное пособие. – М: Юрайт, 2018. – 204 с.
5. Блум Д., Кнудсон М., Хениг Р. Полевое руководство для научных журналистов. – М: Альпина Паблишер, 2018. – 484 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://books.google.co.uk/books?id=ncJPDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
6. Интерпретация научного текста : [учебное пособие для студентов старших курсов, магистрантов и аспирантов вузов, обучающихся по направлению 540300 (050300) "Филологическое образование"] /В. Е. Чернявская. - Москва : Изд-во ЛКИ , 2007.- 127 с.
7. Социологические основы научной деятельности /В. С. Арутюнов, Л. Н. Стрекова; Рос. акад. наук, Ин-т хим. физики им. Н. Н. Семенова. - М. : Наука, 2003. – 297 с.
8. Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писатель и не только / Роберт Макки ; Пер.с англ. – 10-е изд.- М.: Альпина нон-фикшн, 2018. – 456 с.

### **Описание материально-технической базы**

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерный класс общего пользования с подключением к интернету, оснащенный 15 компьютерами (для работы одной академической группы одновременно), с подключенным к ним периферийным устройствам и оборудованием.
2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.
3. Наличие электронной образовательной среды курса в LMS MOODLE позволяет проводить его в дистанционном формате.
4. Интернет-ресурсы:
  - База данных РИНЦ (Российский индекс научного цитирования). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>.
  - Научная электронная библиотека «Киберленинка». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>.
  - Российские сетевые ресурсы. Реферативные и библиографические базы данных.

Библиографические базы данных по социальным и гуманитарным наукам Института научной информации по общественным наукам (ИНИОН). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inion.ru/>

Российские сетевые ресурсы. Реферативные и библиографические базы данных. Реферативный журнал Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.viniti.ru/>

- Российские сетевые ресурсы. Реферативные и библиографические базы данных. Электронные летописи Российской книжной палаты (РКП). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gbu.bookchamber.ru/>.

- Российские сетевые ресурсы. Реферативные и библиографические базы данных. Российская национальная библиография. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bib.eastview.com/basic-search>.

#### 4. Перечень программного обеспечения образовательной программы

№ п\п	Перечень лицензионного программного обеспечения	Тип лицензии	Реквизиты подтверждающего документа
<b>Платное программное обеспечение</b>			
1.	Microsoft Windows 10	Commercial	Лицензия №65802298 от 28.09.2015
2.	Windows Professional 7 Academic Open	Commercial	Лицензия №47729022 от 26.11.2010
3.	Microsoft Office Professional Plus 2013	Commercial	Лицензия №60652892 от 13.07.2012
<b>Программное обеспечение свободного доступа</b>			
1.	Mozilla Firefox / Яндекс	freeware	Mozilla Public License Version 2.0
2.	Moodle	freeware	<a href="https://moodle.tsu.ru/">https://moodle.tsu.ru/</a>
3.	Открытое образование	freeware	Образовательная платформа
4.	Лекториум	freeware	Образовательная платформа

#### 4. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Первый раздел «Научная коммуникация в эпоху 4.0» - теоретический. Он посвящен введению в тему, как сделать сообщения о науке интересными для читателей и корректными с точки зрения науки. Магистранты разберутся, откуда СМИ узнают о научных результатах, в каких форматах о них рассказывают и как складываются отношения журналистов, ученых и популяризаторов науки в эпоху 4.0. Слушатели узнают о тонкостях профессиональной сферы научного PR и о том, как работать с различными субъектами научных коммуникаций.

Магистрантам предлагается поразмышлять над тем, чем является научный PR в так называемую «эпоху постправды» (М. Шипман), когда в условиях полиинформационного сетевого пространства становится все сложнее настроить эффективную коммуникацию. Например, магистранты научатся различать факты и мнения, распознавать политически и эмоционально окрашенные научные коммуникации, работать в условиях, когда политические и другие убеждения целевой аудитории делают людей менее восприимчивыми к научным доводам.

Курс поможет разобраться в том, как работает сама наука, в чем суть научного процесса. Например, наука — это не просто набор фактов, а это способ изучать задачи и

проблемы и пытаться их решить. Или «теория» — это не гипотетическая идея, а это объяснение, которое уже неоднократно доказано, как, например, теория гравитации. Курс направлен на понимание важности фундаментальных понятий и идей, связанных с наукой, для научного PR.

Слушателям предлагается посмотреть на научную коммуникацию в эпоху 4.0 (Четвертой промышленной революции, К. Шваб), когда работа в основном происходит в социальных медиа. Одна из задач курса – научить магистрантов критически осмысливать работу с социальными сетями, выходить на целевые аудитории. Магистранты узнают о том, как научный PR-щик выстраивает взаимодействие со СМИ разного профиля, кто и как рассказывает о науке в социальных сетях.

В ходе освоения курса магистранты разовьют компетенции PR-специалиста в научной сфере, а именно, научатся оказывать помощь ученым популяризировать результаты своего научного исследования, тем самым сделав его более значимым для науки и практики. Эти компетенции магистрантам предлагается развить на материалах собственной научной темы, выбранной в качестве ВКР.

Во втором разделе «Форматы научного PR: практическое руководство по созданию контента» магистранты научатся тому, как сформировать или изменить мнение по тому или иному вопросу, вступая в диалог с целевыми аудиториями научных коммуникаций. Магистранты научатся посредством создания контента вступать в осмысленный и значимый диалог с людьми, которые по политическим или эмоциональным причинам разделяют ту или иную позицию в научном диалоге; относиться к аудитории уважительно, а не снисходительно, т.е. не поучать, а взаимодействовать с целевой аудиторией.

Магистранты познакомятся с профессиональной деятельностью специалиста по связям с общественностью в сфере научных коммуникаций, важной частью которой является попытка помочь другим людям понять практическую значимость научных открытий, разобраться в сути научного процесса через текст, видео и др. форматы создания хорошей истории. Данный курс научит создавать хорошие истории на различных платформах, с помощью различных технологий. Слушатели научатся создавать такой контент, который привлекает внимание с целью продвижения конкретной персоны ученого, его публикации, научной организации и др.

**5. Преподавательский состав, реализующий дисциплину:** Спичева Д.И., к.филол.н., доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

**6. Язык преподавания:** русский