

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

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» сентября » 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

Научный PR

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

Томск-2020

Программу составила: Д.И. Спичева, к.филос.н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультет 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 от 25.02.2019 г. №2)

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

Протокол №1 от 03.09.2020 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 в структуре ОПОП

Дисциплина «Научный PR» входит в профессиональный цикл ОПОП бакалавриата, в обязательную часть. Курс «Научный PR» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими практиками ОПОП 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.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
ПК-3 Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля	ИПК-3.3 Демонстрирует владение навыками презентации научного исследования, в том числе с использованием текстовых материалов	ОР- ИПК-3.3. Обучающийся сможет: 3.3.1. презентовать результаты собственного научного исследования в научно-популярном формате; 3.3.2. популяризировать результаты научных исследований; 3.3.3. продвигать персону, организацию и других субъектов научной коммуникации средствами научного PR.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах
Общая трудоемкость	7 семестр
Контактная работа:	29,65
Лекции (Л):	10

Практические занятия (ПЗ)	18
Лабораторные работы (ЛР)	
Семинарские занятия (СЗ)	
Групповые консультации	
Индивидуальные консультации	
Промежуточная аттестация	0,25
Самостоятельная работа обучающегося:	42,35
- подготовка доклада и электронной презентации	6
- выполнение творческого задания (проектного типа)	10
- изучение учебного материала, кейсов, публикаций	27,75
Вид промежуточной аттестации – зачет	0,25

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Код (ы) результата(ов) обучения
1.	Раздел 1. Научная коммуникация в эпоху 4.0		7	20 (MOODLE)	32	
1.1.	Наука и научная коммуникация: понятия, смыслы и функции.	Лекция	7		2	ОР- ИПК-3.3.1. Обучающийся сможет: презентовать результаты собственного научного исследования в научно-популярном формате.
1.2.	Научный PR в системе научной коммуникации в эпоху 4.0	Лекция	7	2	2	
1.3.	Научный PR как инструмент популяризации науки	Лекция	7		2	
1.4.	Научный PR как подход к управлению внешними и внутренними научными коммуникациями	Лекция	7	2	2	
1.5.	Особенности научного PR в эпоху Четвертой промышленной революции	Лекция	7		2	
1.6.	Изучение учебного материала, кейсов, публикаций	СРС	7	10	10	
1.7.	Подготовка доклада и электронной презентации (Популяризация результатов собственного научного исследования)	СРС	7	6	6	
1.8.	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом и электронной презентацией	Практическая работа	7		6	
2.	Раздел 2. Форматы научного PR: практическое руководство по созданию контента		7	6	12	

2.1.	Форматы научного PR для продвижения ученого	Практическа я работа	7	2	2	<p>ОР- ИПК-3.3.2. Обучающийся сможет:</p> <p>популяризировать результаты научных исследований;</p> <p>ОР- ИПК-3.3.3. Обучающийся сможет:</p> <p>продвигать персону, организацию и других субъектов научной коммуникации средствами научного PR.</p>
2.2.	Разработка контента для продвижения ученого	Практическа я работа	7		2	
2.3.	Форматы научного PR для продвижения публикации	Практическа я работа	7	2	2	
2.4.	Разработка контента для продвижения публикации	Практическа я работа	7		2	
2.5.	Форматы научного PR для продвижения организации	Практическа я работа	7	2	2	
	Изучение учебного материала, кейсов, публикаций	СРС	7		17,75	
2.7.	Выполнение творческого задания (проектного типа)	СРС	7		28	
2.8.	Текущий контроль успеваемости: представление промежуточных результатов и защита творческого задания (проекта). Разработка контента для продвижения организации (на примере НИ ТГУ)	Практическа я работа	7		2	

3.	Промежуточная аттестация	Зачет	7		0,25	ОР- ИПК-3.3. Обучающийся сможет: 3.3.1. презентовать результаты собственного научного исследования в научно- популярном формате; 3.3.2. популяризировать результаты научных исследований; 3.3.3. продвигать персону, организацию и других субъектов научной коммуникации средствами научного PR.
----	--------------------------	-------	---	--	------	---

4. 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».

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

А) 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
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>

Б) 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.
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=>

operepage&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.

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. База данных цитирования Web of Science. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://login.webofknowledge.com>.
2. База данных цитирования Scopus. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elsevier.com/scopus>.
3. База данных РИНЦ (Российский индекс научного цитирования). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>.
4. Поисковая система открытого доступа Google Scholar. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scholar.google.ru/>
5. Научная электронная библиотека «Киберленинка». - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>.
6. 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/>
7. 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/>
8. Российские сетевые ресурсы. Реферативные и библиографические базы данных. Электронные летописи Российской книжной палаты (РКП). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gbu.bookchamber.ru/>.
9. Российские сетевые ресурсы. Реферативные и библиографические базы данных. Российская национальная библиография. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bib.eastview.com/basic-search>.

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Statistica 6
4. IBM SPSS Statistica 23
5. Mozilla Firefox
6. Opera
7. Google Chrome
8. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерный класс общего пользования с подключением к Интернет, 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.

5. 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.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

Д.И. Спичева, к.филос.н., доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания – русский.

Лист актуализации

Рабочей программы дисциплины:

«Научный PR»

ООП по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,

профиль «Работа с социальными медиа»

Раздел (подраздел), в который вносятся изменения	Основания для изменений	Краткая характеристика вносимых изменений	Дата и номер протокола заседания учебно-методической комиссии
Ресурсное обеспечение	Предложены новые источники в список литературы	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.	Протокол №1 от 03.09.2020 г.