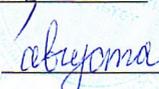


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан филологического факультета


И.В. Тубалова

« 31 »  2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Моделирование рекламной и PR-деятельности

по направлению подготовки

45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика

Направленность (профиль) подготовки :
Фундаментальная и прикладная лингвистика

Форма обучения
Очная

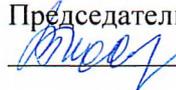
Квалификация
Бакалавр

Год приема
2022

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.10

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОПОП

А.В. Васильева

Председатель УМК

Ю.А. Тихомирова

Томск – 2022

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- ПК-1 – способность применять базовые навыки создания, доработки и обработки различных типов текстов
- ПК-2 – Способен оформлять и компоновать технические документы, разрабатывать документы информационно-маркетингового назначения на основе предоставленного материала

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-1.1. – Применяет основы стилистики и корректуры в практике редактирования; комментирует, анализирует и реферировать тексты различной направленности

ИПК-1.2. - Создает на основе существующих методик тексты различных типов и жанров, в том числе для размещения на веб-сайтах и в соцсетях, для публикации в СМИ

ИПК-2.3 - Составляет рекламные описания продукции или технологии, подготавливает рекламно-информационные статьи

2. Задачи освоения дисциплины

- Освоить методологические подходы к PR, их связь с лингвистической методологией;
- Знать сущность научного направления PR, отличать его от таких смежных дисциплин как «социология общественного мнения», «имиджелогия», «маркетинг», «реклама»;
- Научиться применять основные технологии планирования, реализации и оценки эффективности программ связей с общественностью в профессиональной деятельности;

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

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

Семестр 5, зачет

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Введение в языкознание», «Научно-исследовательская деятельность», «Современный русский язык».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

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

-лекции: 8 ч.

-практические занятия: 24 ч.

в том числе практическая подготовка: 24 ч.
Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

1) Введение. Сущность и содержание PR.

Хронология и динамика развития PR-деятельности. Современные процессы глобализации в мире и развитие связей с общественностью..Становление PR в России.

2) Связи с общественностью как профессия. Этические и правовые аспекты PR

Этические кодексы PR. Профессиональные компетенции. Закон о СМИ, Закон о рекламе. Кейсы.

3) Деятельность в сфере PR и ее регулирование. Структура и функции PR

Структура и организация PR-деятельности в разного типа организациях

4) Коммуникация, общественное мнение и PR

Коммуникативная ситуация, типы коммуникативных ситуаций. Целевые аудитории.

5) PR и кризисные ситуации

Понятие кризиса, типология кризиса, разбор кризисных ситуаций.

6) Процедурные технологии PR

Фасилитация, медиация, модульные технологии

7) Проектная деятельность: разработка и защита PR-проекта по выбору

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольной работы, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в пятом семестре проводится в форме защиты проекта, разработанного и реализованного студентами в рамках «COOL University». Разработка и реализация проекта проверяет компетенции ИПК-1.2. и ИПК-2.3.

Защита проекта проверяет ИПК-1.1.

Примерный перечень тем проектов

«Приемная кампания Абитуриент»

«ТГУ в соцсетях»

«Эстафета добрых дел»

«Фестиваль креативных индустрий в ТГУ»

«Квартирник»

«Поможем Фионе»

Результаты зачета определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии и показатели, используемые при оценивании проектной деятельности

№	Критерии и показатели	Баллы
1.	<p>Постановка цели, планирование путей ее достижения</p> <p>Цель не сформулирована</p> <p>Цель сформулирована, но план ее достижения отсутствует</p> <p>Цель определена, дан краткий план ее достижения</p> <p>Цель определена, ясно описана, дан подробный план ее достижения</p>	<p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
2.	<p>Глубина раскрытия темы проекта</p> <p>Тема проекта не раскрыта</p> <p>Тема проекта раскрыта фрагментарно</p> <p>Тема проекта раскрыта, автор показал знание темы в рамках содержания</p> <p>Тема проекта раскрыта исчерпывающе, автор продемонстрировал глубокие знания</p>	<p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
3.	<p>Разнообразие источников информации для бенчмарка, целесообразность их использования</p> <p>Использована неподходящая информация</p> <p>Большая часть представленной информации не относится к теме работы</p> <p>Работа содержит подходящую информацию из ограниченного числа однотипных источников</p> <p>Работа содержит достаточно полную информацию из разнообразных источников</p>	<p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
4.	<p>Определение этапов работы, инструментов достижения промежуточных результатов</p> <p>Этапы и инструменты не определены</p> <p>Этапы, инструменты указаны фрагментарно</p> <p>Этапы указаны фрагментарно, инструменты определены</p> <p>Этапы и инструменты обозначены исчерпывающе</p>	<p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
5.	<p>Качество проведения презентации</p> <p>Презентация не проведена</p> <p>Материал изложен с учетом регламента, однако автору не удалось заинтересовать аудиторию</p> <p>Автору удалось заинтересовать аудиторию, но он вышел за рамки регламента</p>	<p>0</p> <p>1</p> <p>2</p>

	Автору удалось вызвать интерес аудитории и выдержать регламент	3
6.	<p>Качество реализации проектного продукта</p> <p>Проектный продукт отсутствует</p>	0
	Проектный продукт не соответствует требованиям качества (соответствие заявленным целям)	1
	Продукт частично соответствует требованиям качества	2
	Продукт полностью соответствует требованиям качества	3
7.	<p>Грамотность и речевое оформление продукта</p> <p>Низкое качество речи, в том числе речевые ошибки, грамматические, орфографические, пунктуационные ошибки затрудняют понимание текста (в сумме более 5 ошибок на 100 слов)</p> <p>Проектный продукт создан со значительным количеством речевых, грамматических, орфографических, пунктуационных ошибок, которые не затрудняют понимание текста</p> <p>Проектный продукт создан с незначительным количеством речевых, грамматических, орфографических, пунктуационных ошибок, которые не затрудняют понимание текста</p> <p>Автор точно выражает мысли, используя разнообразную лексику и различные грамматические конструкции, уместно употребляет термины, избегает речевых штампов; речевые, грамматические, орфографические, пунктуационные ошибки отсутствуют либо в работе допущены 1-2 недочета.</p>	<p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
	Итого:	
	«5»– 22-24 б, «4»- 21-18 б. «3» - 17-12 б., «2»- 11-4б. «1»- 3-0 б.	

ИПК-1.1. – Применяет основы стилистики и корректуры в практике редактирования; комментирует, анализирует и реферировать тексты различной направленности

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» <https://moodle.tsu.ru/mod/forum/view.php?f=18432>

- б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.
- в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

- а) основная литература:
 - Чумиков, А.Н., Бочаров, М. П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : Учебник /Институт социологии Российской академии наук. М., 2020,| 200 с.
 - Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М. 2014. 120 с.
- б) дополнительная литература:
 - Основы теории управления: Учебное пособие/А.П. Балашов - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 280 с. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=49191>
 - Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг : эффективные рекламные и PR-технологии /П. А. Кузнецов. М.: Дашков и К° 2013. – 258 с.
 - Кошелев А.Н. PR-проектирование (от идеи до воплощения в реальность) / А.Н. Кошелев. М: Дашков и К, 2009. – 302 с.
- в) ресурсы сети Интернет:
 - открытые онлайн-курсы
 - Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>
 - Официальный сайт Всемирного банка - www.worldbank.org
 - Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>

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 (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.

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

15. Информация о разработчиках

Эмер Юлия Антоновна, доктор филол. наук, доцент, проректор по информационной политике и цифровым коммуникациям, профессор кафедры общей, компьютерной и когнитивной лингвистики