

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

Филологический факультет

Утверждаю
Декан филологического факультета

И. В.Тубалова

« 16 » сентября 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Моделирование рекламной и PR-деятельности

по специальности

52.05.04 Литературное творчество

Специализация

Литературный работник

Форма обучения

Очная

Квалификация

Литературный работник

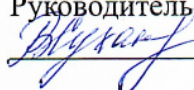
Год приема

2024

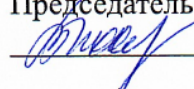
Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.01.01

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 В.А. Суханов

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-2 – способен руководить и осуществлять творческую деятельность в сфере культуры.

ПК-4 – способен решать исследовательские задачи в профессиональной деятельности.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК 2.1 – демонстрирует готовность к осуществлению творческой деятельности в сфере культуры и литературы.

ИПК-4.1 – демонстрирует готовность к использованию в своей профессиональной деятельности знания теории стиха, прозы, драмы и литературной критики.

ИПК-4.2 – демонстрирует готовность к использованию в своей профессиональной деятельности знания эстетических и художественных открытий русской и зарубежной литературы.

ИПК-4.3 – имеет навыки творческой работы с различными жанрами прозы, поэзии, драматургии, литературной критики.

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 3, зачет

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Введение в языкознание», «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: 0 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.	Постановка цели, планирование путей ее достижения Цель не сформулирована Цель сформулирована, но план ее достижения отсутствует Цель определена, дан краткий план ее достижения Цель определена, ясно описана, дан подробный план ее достижения	0 1 2 3
2.	Глубина раскрытия темы проекта Тема проекта не раскрыта Тема проекта раскрыта фрагментарно Тема проекта раскрыта, автор показал знание темы в рамках содержания Тема проекта раскрыта исчерпывающе, автор продемонстрировал глубокие знания	0 1 2 3
3.	Разнообразие источников информации для бенчмарка, целесообразность их использования Использована неподходящая информация Большая часть представленной информации не относится к теме работы Работа содержит подходящую информацию из ограниченного числа однотипных источников Работа содержит достаточно полную информацию из разнообразных источников	0 1 2 3
4.	Определение этапов работы, инструментов достижения промежуточных результатов Этапы и инструменты не определены Этапы, инструменты указаны фрагментарно Этапы указаны фрагментарно, инструменты определены Этапы и инструменты обозначены исчерпывающе	0 1 2 3
5.	Качество проведения презентации Презентация не проведена Материал изложен с учетом регламента, однако автору не удалось заинтересовать аудиторию Автору удалось заинтересовать аудиторию, но он вышел за рамки регламента Автору удалось вызвать интерес аудитории и выдержать регламент	0 1 2 3
6.	Качество реализации проектного продукта	

	Проектный продукт отсутствует	0
	Проектный продукт не соответствует требованиям качества (соответствие заявленным целям)	1
	Продукт частично соответствует требованиям качества	2
	Продукт полностью соответствует требованиям качества	3
7.	Грамотность и речевое оформление продукта Низкое качество речи, в том числе речевые ошибки, грамматические, орфографические, пунктуационные ошибки затрудняют понимание текста (в сумме более 5 ошибок на 100 слов) Проектный продукт создан со значительным количеством речевых, грамматических, орфографических, пунктуационных ошибок, которые не затрудняют понимание текста Проектный продукт создан с незначительным количеством речевых, грамматических, орфографических, пунктуационных ошибок, которые не затрудняют понимание текста 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.	0 1 2 3
	Итого:	
	«5» – 22-24 б, «4»- 21-18 б. «3» - 17-12 б., «2»- 11-4б. «1»- 3-0 б.	

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, филологический факультет, профессор