

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

Филологический факультет



УТВЕРЖДАЮ:  
Декан филологического факультета  
Тубалова И. В.

« 31 » 08 \_\_\_\_\_ 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**Моделирование рекламной и PR-деятельности**

по направлению подготовки

**44.03.01 Педагогическое образование**

Направленность (профиль) подготовки:  
**«Русский язык как иностранный: теория и методика обучения»**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**

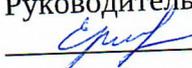
Год приема

**2023**

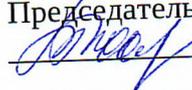
Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.01.01

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 С.В. Ермоленко

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2023

### **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ПК-4. Способен демонстрировать знание основ лингвистической теории и перспективных направлений развития современной лингвистики, использовать основные концепции, оперировать основными понятиями и категориями в области общего языкознания, теории и истории русского языка, применять базовые навыки сбора и анализа языковых фактов.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

– ИПК-4.1. Демонстрирует знание основ лингвистической теории и перспективных направлений развития современной лингвистики.

### **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», «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.;
- семинарские занятия: 0 ч.
- практические занятия: 24 ч.;
- лабораторные работы: 0 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 и самоидентификации 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 третьем семестре проводится в форме защиты проекта, разработанного и реализованного студентами в рамках «COOL University». Разработка и реализация проекта проверяет заявленные компетенции.

### 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
.	Постановка цели, планирование путей ее достижения Цель не сформулирована Цель сформулирована, но план ее достижения отсутствует	0

	<p>Цель определена, дан краткий план ее достижения</p> <p>Цель определена, ясно описана, дан подробный план ее достижения</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
	<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>
	<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>
	<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>
	<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>Автору удалось вызвать интерес аудитории и выдержать регламент</p>	<p>0</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>
	<p>Качество реализации проектного продукта</p> <p>Проектный продукт отсутствует</p> <p>Проектный продукт не соответствует требованиям качества (соответствие заявленным целям)</p> <p>Продукт частично соответствует требованиям качества</p>	<p>0</p> <p>1</p>

	Продукт полностью соответствует требованиям качества	2
		3
	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	0
	Проектный продукт создан с незначительным количеством речевых, грамматических, орфографических, пунктуационных ошибок, которые не затрудняют понимание текста	1
	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.	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](http://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 смешанном формате («Актру»).

### **15. Информация о разработчиках**

Эмер Юлия Антоновна, доктор филол.наук, доцент, проректор по информационной политике и цифровым коммуникациям, филологический факультет, профессор