

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
В.В. Мацура

Рабочая программа дисциплины

Профессиональные коммуникации в PR и рекламе

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения
Очная

Квалификация
Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова

Председатель УМК
М.А. Подойницина

Томск – 2025

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-4; Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5; Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

БК-3 Способен использовать принципы и средства профессиональной коммуникации для эффективного взаимодействия

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК-3.1 Знает средства, функции и принципы профессиональной коммуникации

РОБК-3.2 Умеет выстраивать профессиональную коммуникацию; представлять результаты своей работы с учетом норм и правил принятых в профессиональном сообществе.

РООПК-4.1 Знает способы выявления запросов и потребностей общества для уточнения портрета целевой аудитории

РООПК-5.2 Умеет выбирать эффективные медиаканалы и средства для выстраивания рекламных и (или) PR-коммуникаций с учетом особенностей медиакоммуникационных систем региона, страны, мира, а также политических и экономических механизмов их функционирования.

2. Задачи освоения дисциплины

Освоить средства, функции принципы профессиональных коммуникаций, включая основные методы и подходы, используемые специалистами в PR и рекламе. Развить навыки профессиональной самопрезентации, коллективной работы и эффективного взаимодействия в команде, а также эффективной коммуникации с целевыми аудиториями для успешной реализации проектов в сфере PR и рекламы.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

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

Первый семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, формируемые в ходе освоения дисциплин соответствующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются параллельные результаты обучения по следующим дисциплинам:

Теория и практика рекламы и связей с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации, Введение в специальность, Профессиональная этика в PR и рекламе, Основы социальных медиа, Сетевые сообщества и субкультуры.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

-лекции: 12 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

Тема 1. Основы делового общения

- Понятие и значение делового общения в сфере PR и рекламы
- Виды делового общения
- Основные принципы и правила делового общения
- Роль личного имиджа и презентабельности

Тема 2. Особенности межличностной коммуникации в деловом контексте

- Эффективные методы межличностного взаимодействия
- Барьеры в общении и способы их преодоления
- Развитие навыков активного слушания и обратной связи
- Деловой этикет и нормы поведения

Тема 3. Деловая профессиональная коммуникация в PR и рекламе в цифровой среде: Развитие личного бренда

- Введение в личный бренд в сфере PR и рекламы
- Основы создания личного бренда
- Цифровые инструменты для развития личного бренда
- Стратегии и тактики для укрепления личного бренда
- Оценка и анализ эффективности личного бренда

Тема 4. Стратегии и тактики общения с клиентами

- Работа с обратной связью и управлением репутацией
- Методы эффективного взаимодействия с различными целевыми аудиториями
- Психология общения и убеждения
- Проведение деловых переговоров

Тема 5. Подготовка и проведение переговоров

- Стратегии и тактики ведения переговоров
- Управление конфликтами и поиск компромиссов
- Практические примеры успешных переговоров
- Презентации и публичные выступления

Тема 6. Презентации и публичные выступления

- Подготовка и структура эффективной презентации
- Техники публичных выступлений и преодоление страха сцены
- Использование визуальных средств и технологий в презентациях
- Оценка и анализ эффективности публичных выступлений

9. Текущий контроль по дисциплине

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

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в первом семестре проводится в устной форме, в виде ответа на два теоретических вопроса. Продолжительность зачета 1,5 часа.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводится средняя арифметическая. Студенты, получившие средний балл менее 4,0, сдают экзамен по вопросам, не имея возможности получить оценку по совокупности выполненных заданий в течение семестра.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

- а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>
- 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:

1. Дзялошинский И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун.. - Москва : Юрайт, 2024. - 433 с - (Бакалавр. Академический курс) URL: <https://urait.ru/bcode/555623>

2. Леонов Н. И. Психология делового общения : учебное пособие для вузов / Н. И. Леонов.. - Москва : Юрайт, 2024. - 193 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/540915>

3. Чернышова Л. И. Психология общения: этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для спо / Л. И. Чернышова.. - Москва : Юрайт, 2024. - 158 с - (Профессиональное образование) URL: <https://urait.ru/bcode/542271>

Б) Дополнительная литература:

1. Бушев А. Б.. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху : учебное пособие для вузов / Бушев А. Б.. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 140 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/385982>
2. Введенская Л. А. Деловая риторика : [учебное пособие для укрупненной группы направлений бакалавриата "Науки об обществе"] / Л. В. Введенская, Л. Г. Павлова. - 6-е изд., перераб.. - Москва : Кнорус, 2022. - 416 с.: ил., табл. - (Бакалавриат)
3. Григорьев А. Г. Слово на слайде : как писать презентации, после которых с вами захочется иметь дело / Александр Григорьев. - Москва : Эксмо, 2023. - 266, [5] с.: ил. - (Маркетинг для немаркетологов)
4. Дзялошинский И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун.. - Москва : Юрайт, 2024. - 433 с - (Бакалавр. Академический курс) URL: <https://urait.ru/bcode/555623>
5. Заволокина Л. Эффективные деловые переговоры : Учебное пособие : Учебное пособие / Российский университет дружбы народов. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 148 с. - (Высшее образование: Магистратура) URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=437431>
6. Иванов А. Аутентичная коммуникация: Практика честного и бережного общения : Практическое пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2022. - 204 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=417921>
7. Ильяхов М. Текст по полочкам: Краткое пособие по деловой переписке : Практическое пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2022. - 176 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=418096>
8. Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Ларри Кинг ; пер. с англ. Е. Цыпин ; ред.: С. Огарева, Н. Казакова ; вып. ред. Н Лауфер. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 222, [1] с.
9. Корягина Н. Самопрезентация и убеждающая коммуникация : учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина.. - Москва : Юрайт, 2024. - 378 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/54177>
10. Лавриненко В. Н. Деловая этика и этикет : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой.. - Москва : Юрайт, 2024. - 110 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/536947>
11. Лавриненко В. Н. Психология делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко [и др.] ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой.. - Москва : Юрайт, 2024. - 325 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/536950>
12. Мамина Р. И. Искусство самопрезентации в эпоху цифры / Р. И. Мамина. - Санкт-Петербург : Петрополис, 2020. - 211 с.
13. Позитивная коммуникация : коллективная монография / О. А. Леонтович, М. А. Гуляева, О. В. Лунева, М. С. Соколова ; под общ. ред. О. А. Леонтович. - Москва : Гнозис, 2019. - 293 с.: табл.
14. Распопова Н. И. Медиация : учебное пособие для вузов / Н. И. Распопова.. - Москва : Юрайт, 2024. - 241 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/555668>
15. Рыбкин А. Стратегия сложных переговоров : Учебное пособие / Международный институт менеджмента ЛИНК. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 260 с. - (Высшее образование: Магистратура) URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=432189>

16. Спивак В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / В. А. Спивак.. - Москва : Юрайт, 2024. - 460 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/536170>
17. Химик В. Б. Культура речи и деловое общение : учебник и практикум для спо / В. В. Химик [и др.] ; ответственные редакторы В. В. Химик, Л. Б. Волкова.. - Москва : Юрайт, 2024. - 308 с - (Профессиональное образование) URL: <https://urait.ru/bcode/541283>
18. Чернышова Л. И. Психология общения: этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для спо / Л. И. Чернышова.. - Москва : Юрайт, 2024. - 158 с - (Профессиональное образование) URL: <https://urait.ru/bcode/542271>
19. Online-коммуникация : как эффективно вести совещания, переговоры, вебинары и прямые эфиры / Федор Баландин, Дмитрий Скворцов, Яна Малинцева, Федор Васильев ; [гл. ред. Р. Фасхутдинов ; отв. ред. П. Сгибнева и др.]. - Москва : Эксмо, 2023. - 281, [4] с.: ил., табл.

в) ресурсы сети Интернет:

- открытые онлайн-курсы
- Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>
- Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - www.gsk.ru
 - Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>
 - База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
 - База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
 - База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>
 - База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
 - База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
 - Testograf, интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.testograf.ru/ru/>
 - Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филиорин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
 - Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
 - Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home/>

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.

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/>
- Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
- Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
- Энциклопедия маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>

в) профессиональные базы данных:

- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>
- РосНавык — мониторинг рынка труда в России - <https://rosnavyk.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.

Проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

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

Шамсудинова Снежана Сергеевна, канд. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ