

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета психологии


Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Научный PR

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

«Работа с социальными медиа»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр


Год приема

2023

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.36

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

 Э.А. Щеглова

Томск – 2023

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-1

Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

ОПК-1

Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ПК-3

Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-1.3

Выявляет соотношение части и целого, их взаимосвязь, а также взаимоподчиненность элементов системы в ходе решения поставленной задачи.

ИОПК-1.4

Демонстрирует навыки написания научных текстов и аналитических записок, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса.

ИПК-3.3

Демонстрирует владение навыками презентации научного исследования, в том числе с использованием текстовых материалов.

2. Задачи освоения дисциплины

- формирование знаний о выявлении соотношения части (аннотации) и целого (основного содержания контента научного PR), их взаимосвязи, а также взаимоподчиненности элементов системы контента в ходе решения поставленной задачи по продвижению базисного субъекта научного PR;

- развитие умения писать научно-популярные тексты, имеющие ценность для социума или конкретного медиаресурса;

- развитие компетенции презентовать свое научное исследование широкой аудитории, в том числе с использованием текстовых материалов.

3. Место дисциплины (модуля) 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

Семестр 7, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «История России», «Статистический анализ в гуманитарных исследованиях», «Философия», «Математическая статистика», «Основы интегрированных коммуникаций». Дисциплина организационно-методически и содержательно связана с «Производственной практикой», «Научно-исследовательской работой», «Преддипломной практикой», «Подготовкой к сдаче и сдачей государственного экзамена», «Подготовкой к процедуре защиты и защитой выпускной квалификационной работы».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

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

– лекции: 10 ч.;

– практические занятия: 18 ч.;

- практическая подготовка: 2 ч. (практическая подготовка осуществляется на последней паре по УПП, в рамках практических занятий).

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Наука и научная коммуникация: понятия, смыслы и функции.

Что такое наука и научная коммуникация. В чем разница между «science communication» и «scientific communication». Признаки научного текста. Теоретические основы научной коммуникации. Форматы научного PR. Примеры ресурсов по популяризации науки.

Научный PR как инструмент популяризации науки

Кейсы, подтверждающие важность научного PR. Профессиональные компетенции научного коммуникатора. Планирование карьеры в сфере научной коммуникации. Критерии эффективности научного PR/

Научный PR в системе научной коммуникации в эпоху 4.0

К. Шваб о технологиях 4 промышленной революции как контекст современной научной коммуникации. Научная коммуникация 3.0 и 4.0. Достоверные источники научной информации в интернете. Социальные сети для коммуникации ученых.

Особенности научного PR в эпоху Четвертой промышленной революции

Сообщество научных коммуникаторов. Дайджест научных сетей. Исследовательские сообщества. Интеграция науки и соцсетей. Использование научных соцсетей. Сети для исследователей. Многоотраслевые научные соцсети. Модель научных сетей. Производительность научных сетей. Научные связи и прогресс. Поток высокоскоростных научных сетей Сообщество помогает науке.

Научный PR как подход к управлению внешними и внутренними научными коммуникациями

Научная коммуникация в обществе. Научная коммуникация в профессиональной среде. Методы создания научной новости. Технологии продвижения научной новости средствами создания научно-популярного контента. Настройка и управление научной коммуникацией с целевой аудиторией.

Форматы научного PR для продвижения публикации.

Разработка контента для продвижения публикации

Подходы и правила написания научной статьи. Технология работы над научной статьей К. Маккарти. Подходы и правила написания научно-популярной аннотации к научной статье.

Форматы научного PR для продвижения организации

Разработка контента для продвижения организации

Характеристика базисного субъекта (организации научной сферы) продвижения. Характеристика целевой аудитории продвижения научной организации, ее интересы, потребности, ценности. Типы, виды и содержание продвигающего контента. Определение формата продвижения организации в зависимости от цели и ожидаемого результата продвижения.

Форматы научного PR для продвижения ученого

Разработка контента для продвижения ученого

Продвижение исследователя по технологии Н. Горлдберг. Фестиваль научного кино. Подкасты ученых: "Качай нейрон", «КритМышь» и др. Научно-фантастическое телевидение как инструмент продвижения.

Творческая работа по продвижению субъекта / объекта научного PR

Разработка теста (как одного из форматов научного PR) с помощью специальной yandex-формы о научных интересах сотрудников кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

№	Наименование разделов и тем	Всего (час.)	Совместная работа с обучающимся (час.)		Самостоятельная работа (час.)
			лекции	семинары	
1.	Наука и научная коммуникация: понятия, смыслы и функции.	4	2		4
2.	Научный PR как инструмент популяризации науки	6	2		4
3.	Научный PR в системе научной коммуникации в эпоху 4.0	4	2		2
4.	Особенности научного PR в эпоху Четвертой промышленной революции	4	2		2
5.	Научный PR как подход к управлению внешними и внутренними научными коммуникациями	8	2		2
6.	Форматы научного PR для продвижения публикации	6		2	4
7.	Разработка контента для продвижения публикации	6		2	4
8.	Форматы научного PR для продвижения организации	6		2	4
9.	Разработка контента для продвижения организации	6		2	4
10.	Форматы научного PR для продвижения ученого	6		2	4
11.	Разработка контента для продвижения ученого	6		2	4
12.	Творческая работа по продвижению	10,35		6	4,35

	субъекта / объекта научного PR				
	КРго	1,65			
	ИТОГО:	108	10	18	42,35

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, выступлений с докладами, выполнения технических и творческих, в т.ч. домашних, заданий, решению кейсов, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в седьмом семестре проводится в устной форме, в виде защиты итоговой работы/кейса. Продолжительность зачета 1,5 часа.

Результаты текущего контроля влияют на выставление зачета. При условии выполнения всех предложенных заданий на «зачтено» студенты получают зачет по всей дисциплине. Студенты, не выполнившие задания, сдают зачет по вопросам.

Критерии оценки ответов на вопросы:

«Зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Кейс проанализирован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. В ответе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

«Неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Кейс проанализирован очень поверхностно, нет аналитических выводов, собственных аргументов и рекомендаций. В ответе полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Вопросы к зачету:

1. Содержание научной коммуникации в эпоху 4.0. Корпоративные, просветительские, развлекательные и др. форматы научных коммуникаций.
2. Роли ученого, журналиста, PR-специалиста в научной коммуникации в эпоху 4.0.
3. Характеристика научно-популярных форматов презентации результатов научного исследования.
4. Подходы к продвижению персоны средствами научного PR.
5. Подходы к продвижению организации средствами научного PR.
6. Подходы к продвижению публикации средствами научного PR.
7. Подходы к продвижению научного открытия средствами научного PR.
8. Особенности презентации результатов научного исследования в научно-популярном формате.
9. Цели, задачи, способы популяризации результатов научных исследований.
10. Правила разработки и форматы контента в области научного PR.
11. Поисковая оптимизация информационных поводов в сфере научного PR.
12. Адаптация и стилизация текстовых материалов научного PR в соответствии с интересами и потребностями целевой аудитории.
13. Научный PR и научная журналистика: сходства и различия целей, задач, содержания профессиональной деятельности.

14. Цели, задачи и способы формирования общественного мнения о науке и технологиях.
15. Наукометрический подход к научному PR.
16. Возможности сторителлинга для создания контента научного PR.
17. Драматургический подход к созданию контента научного PR.
18. Алгоритм создания научной новости.
19. Роль университета в научной коммуникации.
20. PR-инструменты, используемые во внешних и внутренних научных коммуникациях.

11. Учебно-методическое обеспечение

- 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.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

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>

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.
8. 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.

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 OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, 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/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютером, проектором, подключенные к Интернету.

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»), в ситуации, обусловленной факторами макросреды.

15. Информация о разработчиках

Спичева Дина Ивановна, доцент, кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.