

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

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» « сентября » 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

**Профессиональные стандарты в PR и рекламе:
вербальный имидж**

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	<i>Реклама и связи с общественностью, 42.03.01, Работа с социальными медиа</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>2 зач. ед.</i>
Часов по учебному плану	<i>72 час.</i>
в том числе:	
аудиторная контактная работа	<i>25,45 час.</i>
самостоятельная работа	<i>46,55 час.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>зачет</i>	<i>1 семестр</i>

Программу составила: С.И. Поздеева, д. пед. н., профессор кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д. филос. н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж» разработана в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол от 25.02.2019 г. №2)*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол №1 от 03.09.2020

Цель освоения дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж» состоит в формировании у студентов знаний о способах построения персонального вербального имиджа и навыков использования приемов повышения эффективности устной и письменной коммуникации с учетом современных языковых норм.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж» (Б 1.О.О.03) входит в общепрофессиональный цикл ОПОП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж» создаёт основу для освоения таких дисциплин как «Блоггинг», «Работа с текстами в PR и рекламе», а изучаемые в ее рамках теоретические положения, как и формируемые у студентов навыки, необходимы для успешной подготовки к защите и защиты выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
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	ИОПК- 1.2 Владеет базовыми нормами современного русского литературного языка и практическими навыками литературного редактирования, создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных стилей; навыками работы со словарями разных типов	РО - ИОПК-1.2 Обучающийся: 1.2.1. Имеет представление о структуре и основах формирования вербального имиджа; 1.2.2. Демонстрирует готовность учитывать современные языковые нормы и использовать приёмы повышения эффективности устной и письменной деловой коммуникации

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	1 семестр	
Общая трудоемкость	1 семестр	72
Контактная работа:	1	24,25
Лекции (Л):	1	12
Практические занятия (ПЗ)	1	0
Лабораторные работы (ЛР)	1	0
Семинарские занятия (СЗ)	1	12
Групповые консультации	1	0
Индивидуальные консультации	1	0
Промежуточная аттестация	1	0,25
Самостоятельная работа обучающегося:	1	47,75
- подготовка к докладам и электронной презентации		
- выполнение практического задания		
- изучение учебного материала, кейсов, литературы (подготовка к зачету)		
Вид промежуточной аттестации – зачет	1	

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Код (ы) результата(ов) обучения
			1	0	72	
Раздел 1 Вербальный имидж персоны как коммуникативный инструмент						
1.1.	Понятие и структура вербального имиджа	Лекция	1	0	1	РО - ИОПК-1.2.1
1.2.	Речевая деятельность, речевое поведение, речевая (коммуникативная) компетентность. Правила говорения	Лекция/Семинар	1	0	1/2	РО - ИОПК-1.2.2
Раздел 2 Искусство публичных выступлений						
2.1.	Подготовка публичной речи. Приёмы преодоления сценического страха. Композиция и словесное выражение публичной речи. Приемы эффективного вступления и заключения	Лекция/Семинар	1	0	2/2	РО - ИОПК-1.2.1 РО - ИОПК-1.2.2
2.2.	Голос и техники его коррекции. Работа над дикцией и артикуляцией, темпом речи. Приемы развития выразительности звучания	Семинар	1	0	2	РО - ИОПК-1.2.1 РО - ИОПК-1.2.2
Раздел 3 Основы эффективного речевого общения						
3.1.	Психотехника формирования аттракции. Невербальные компоненты коммуникативного контакта. Словесные	Лекция/Семинар	1	0	2/2	РО - ИОПК-1.2.1 РО - ИОПК-1.2.2

	конструкции, «подогревающие» общение. Словесные барьеры.					
3.2.	Слушание как вид речевой деятельности. Типы слушателей. Типичные ошибки при слушании и их причины. Виды слушания. Техника формирования пассивного и активного эмпатического слушания.	Лекция	1	0	2	РО - ИОПК-1.2.1 РО - ИОПК-1.2.2
Раздел 4 Особенности вербального имиджа в академической сфере						
4.1	Академические традиции написания научного текста. Академическое письмо. Акцентное вычитывание и компрессия текста.	Лекция	1	0	2	РО - ИОПК-1.2.1 РО - ИОПК-1.2.2
4.2	Подготовка академического выступления. Особенности устного и письменного текста. Многословие как проблема. Приём «тесто на дрожжах». Типичные ошибки академического выступления. Подготовка качественной презентации	Лекция/Семинар	1	0	2/4	РО - ИОПК-1.2.1 РО - ИОПК-1.2.2
5.	Подготовка к семинарам и зачету	СРС	1		47,75	РО - ИОПК-1.2.1
6.	Промежуточная аттестация	Зачет	1		0,25	РО - ИОПК-1.2.2

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Условием эффективного усвоения содержания дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж» и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими занятиями, на которых формируются обозначенные выше компетенции. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- технологию кейс-стади, которая направлена на развитие умения выявлять коммуникационные барьеры и искать способы их устранения;
- аналитические семинары, направленные на развитие профессиональных компетенций, проявляющихся в умении осуществить анализ текстов по заданным аналитическим линиям, а также в умении подготовить соответствующее аналитическое заключение; сочетание аналитических задач с требованием творческого подхода к заданию позволяет формировать положительную мотивацию студентов к усвоению принципов повышения эффективности коммуникации;
- технологию ролевой игры, позволяющую развивать компетенции эффективной межличностной коммуникации;
- технологию «тренинга» как интенсивной отработки приемов и техник усиления выразительности речи;
- технологию семинара-дискуссии, ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-дискуссия используется как метод усиления интереса слушателей к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ Интернет-ресурсов по темам дисциплины;
- написание эссе;
- изучение и анализ кейсов;
- подготовка электронной презентации;
- подготовка к выступлению с докладом;
- тренировка персональных коммуникативных навыков;

- подготовка к зачету.

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж».
- 2) ФОС по дисциплине.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *зачета*, - см. в документе «Фонд оценочных средств».

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

а) основная литература:

1. Кузнецов И.Н. Риторика, М., Дашков и К, 2018.- 560 с. (эл. ресурс НБ ТГУ)
2. Короткина И. Б. Академическое письмо: процесс, продукт и практика: Учебное пособие для вузов. – М., Юрайт , 2020, - 295 с. (эл. ресурс НБ ТГУ)
3. Обухова Г.С. Основы мастерства публичных выступлений, или Как научиться владеть любой аудиторией: практическое пособие. – М., ФОРУМ , 2019. – 72 с. (эл. ресурс НБ ТГУ)
4. Усанова О.Г. Профессиональное речевое общение: учебно-методическое пособие. – Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2018. – 96 с. (эл. ресурс НБ ТГУ)
5. Ушакова Н. В. Имиджология (3-е издание): учебное пособие для бакалавров. – М., Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа , 2017, - 264 с. (эл. ресурс НБ ТГУ)

б) дополнительная литература:

1. Введенская Л. А. Культура речи. - Р. на Дону –2011, - 379 с.
2. Голуб И.Б. Риторика: учитесь говорить правильно и красиво. – М., 2013, - 405 с.
3. Ежова Н.Н. Научись общаться!: коммуникативные тренинги. – Ростов н/Д: Феникс, 2011, - 249 с.
4. Джуди А. Чтобы слушали и слышали! Влияние Вашего голоса. – СПб., 2012, - 208 с.
5. Тренинг публичных выступлений: учебник /Е. В. Камнева [и др.] – М.: Прометей, 2018. – 206 с. (эл. ресурс НБ ТГУ)

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
2. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
3. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ образования [Электронный ресурс]. URL: <http://gramota.ru/>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Mozilla Firefox
4. Opera
5. Google Chrome

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.
2. Компьютеры с выходом в Интернет (для самостоятельной работы студентов)

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж» предполагает прослушивание лекций и участие в семинарских занятиях, консультации преподавателя в течение семестра и во время сессии, самостоятельную подготовку студентов, выполнение заданий. Завершает изучение дисциплины сдача зачета.

Лекции – одна из форм активной аудиторной работы обучающихся, требующая не просто прослушивания, но и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, может выносить некоторые вопросы на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по

дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку как к семинарам, так и к зачету.

Семинарские занятия предполагают подготовку и изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, образовательных и справочных интернет-порталов и т.п. Прочитанную литературу рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при подготовке семинарских заданий и подготовке к зачету. Важно не только выступить на семинаре самому, но и полезно конспектировать выступления других студентов. Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к занятиям и зачету, можно обсудить с преподавателем в часы его консультаций.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: выполнение практических заданий, подготовка электронной презентацией, анализ кейсов (см. ФОС). Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация (зачет) по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

С.И. Поздеева, д. пед. н., профессор кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания – русский.