

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

Филологический факультет



Утверждаю  
декан филологического факультета

И.В. Губалова

« 15 » мая 2022 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

**2021**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.03.02

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

В.А. Суханов В.А. Суханов

Председатель УМК

Ю.А. Тихомирова Ю.А. Тихомирова

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

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– УК-5 – способен учитывать разнообразие и мультикультурность общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах при межличностном и межгрупповом взаимодействии

ПК-3 – способен к редактированию и подготовке текстовых материалов к публикации.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-3.5 – осуществляет коммуникацию, учитывая разнообразие и мультикультурность общества.

ИПК 3.1 – анализирует и проверяет содержание текстовых материалов (целевое назначение, соответствие читательскому адресу, целостность, связность, информативность, фактические данные).

ИПК-3.2 – анализирует структуру, язык и стиль авторского оригинала.

ИПК-3.3 – рецензирует текстовые материалы разных видов, редактирует их, применяя такие техники правки, как вычитка, сокращение, обработка, переработка.

## **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 9, 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: 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 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	0

	<p>Цель сформулирована, но план ее достижения отсутствует</p> <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>
2	<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>
3	<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>
4	<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>
5	<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>
6	<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> <p>2</p>

	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](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 смешенном формате («Актру»).

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

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