

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 Разработка PR-текста

Учебный план: ФГОС3++_2020-2021_42.03.01_ВШПМ_ОЗО_PR_ в медиаиндустрии.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
6	УП	17	17	73,75	0,25	Зачет
	РПД	17	17	73,75	0,25	
Итого	УП	17	17	73,75	0,25	
	РПД	17	17	73,75	0,25	

Санкт-Петербург
2020

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент

Асташова
Владимировна

Ольга

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой Рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося для подготовки PR-специалиста, владеющего практическими навыками работы с PR-текстами в рамках традиционных и современных СМК, а именно знаниями стилистических и лингвистических особенностей PR-текстов различных жанров, навыками их разработки, редактуры, повышения эффективности PR-сообщений в онлайн и офлайн среде.

1.2 Задачи дисциплины:

- познакомить обучающихся с основными понятиями, терминами, которыми оперируют профессиональные разработчики PR-текстов;
- познакомить с основными жанрами PR-текстов в онлайн и офлайн среде, правилами и навыками их составления, интернет-площадками для их размещения;
- научить основным технологиям и методам разработки и повышения эффективности PR-текстов.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Теория и практика связей с общественностью
- Блогинг и работа в социальных сетях
- Основы теории PR текста
- Основы сторителлинга

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-1 : Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Знать: способы и приемы создания PR-тестов печатной, аудио- и видео (онлайн и офлайн) рекламы и их жанровые особенности

Уметь: анализировать и создавать компоненты текстовой структуры PR-сообщений

Владеть: навыками согласования аудио-визуальных и вербальных компонентов различных видов и жанров PR-текстов

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Технологии построения PR-текстов	6					ДЗ
Тема 1. Коммуникативные характеристики PR-текста Лингвистика текста и коммуникативные особенности PR-текста. Определение понятия «PR-текста». Отличие PR-текста от рекламного текста. Типология PR-текстов. Характеристики PR-текста. Понятия «PR-информация», «паблицитный капитал». Интернет-площадки для размещения PR-текстов. Практическое занятие. Анализ		2	2	12	НИ	

<p>Тема 2. Стилистика PR-текстов Учение о функциональных стилях в аспекте PR-коммуникации. Воздействие научного стиля на PR-коммуникацию. Элементы официально-делового стиля в PR. Приемы художественной выразительности и образности. Влияние законов разговорной речи на PR-тексты. Недопустимые ошибки: шаблоны, стоп- слова, неработающие конструкции, газетные штампы. Сторителлинг как основа современного PR. Практическое занятие. Принципы написания PR-сообщений в онлайн и офлайн среде</p>		3	3	12		
<p>Тема 3. PR-текст как средство информационно-психологического воздействия. Коммуникативные постулаты Г. Грайса. Цельность и связность коммуникации. Нарушение законов логики в аспекте коммуникативных потерь, расширение границ лексической сочетаемости, нарушение границ синтаксической сочетаемости. Погрешность логической структуры текста как прием - паралогизмы. Психология манипуляции. Основные направления языкового манипулирования. Имплицитность в языке и речи. Приемы компрессии информации. Практическое занятие. Приемы языковой манипуляции в PR-тексте</p>		3	3	13,75		
<p>Раздел 2. Разработка PR-текстов различных жанров</p>						
<p>Тема 4. Информационные жанры PR Особенности разработки образно-новостных (приглашение, пресс-релиз), исследовательско-новостных (бэкграундер, лист вопросов-ответов), оперативно-новостных (байлайнер, поздравление, письмо) жанров PR. Структура, правила оформления, стилистические и лингвистические особенности. Практическое занятие. Разработка информационных жанров PR</p>		3	3	12		
<p>Тема 5. Исследовательские и фактологические жанры PR Структура стилистические и лингвистические особенности факт-листа и биографии. Структура, правила оформления заявления для СМИ. Практическое занятие. Разработка факт-листа, биографии, заявления для СМИ</p>		3	3	12		ДЗ
<p>Тема 6. Медiateксты Имиджевые тексты (имиджевая статья, имиджевое интервью), кейс-стори. Комбинированные (пресс-кит, информационный пакет, буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер, листовка) и смежные (слоган, резюме, пресс-ревью) PR- тексты. Лингвостилистические и структурные особенности. Практическое занятие. Разработка имиджевых текстов.</p>		3	3	12	ИЛ	
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>		17	17	73,75		

Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		34,25	73,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-1	<p>Перечисляет способы и приемы создания PR-тестов печатной, аудио- и видео (онлайн и офлайн) рекламы и их жанровые особенности.</p> <p>Анализирует и создает компоненты текстовой структуры PR-сообщений.</p> <p>Согласует аудио-визуальные и вербальные компоненты различных видов и жанров PR-текстов..</p>	<p>Перечень вопросов для устного собеседования</p> <p>Перечень практико-ориентированных заданий</p> <p>Перечень практико-ориентированных заданий</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий понимание специфики традиционных PR-текстов и PR-текстов в сети Интернет, включающего разработку как вербальных, так и невербальных компонентов. Обучающийся умеет создавать PR-тексты различных жанров, демонстрирует знание этапов, предваряющих их разработку, умеет классифицировать и публиковать текстовые, фото-, аудио- и видеоматериалы.</p> <p>При выполнении практического задания проработаны как текстовая составляющая, лингвостилистические особенности, так и мультимедийные компоненты. Демонстрация проекта сопровождается мультимедийной презентацией.</p> <p>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	
Не зачтено	<p>Ответ неполный, существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, путаница терминов и непонимание специфики PR-текстов различных жанров, этапов, предваряющих их разработку. Обучающийся не умеет классифицировать и публиковать текстовые, фото-, аудио- и видеоматериалы, применять методы повышения эффективности PR-текстов.</p> <p>При выполнении практического задания проект плохо продуман, присутствует несоответствие между вербальными и невербальными составляющими, не учтены требования, предъявляемые к оформлению проекта.</p> <p>Не учитываются баллы, накопленные в</p>	

	течение семестра.	
--	-------------------	--

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 6	
1	На каком основании смежные жанры относятся к числу PR-жанров?
2	В чем состоит отличие комбинированных жанров от простых PR-жанров?
3	Почему такие жанры, как пресс-кит, информационный пакет, буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер, листовка, считаются комбинированными?
4	Каковы основные цели и структурные особенности жанра кейс-стори?
5	В чем отличие PR-интервью от рекламного и публицистического интервью?
6	Каковы предмет, цели и задачи жанра имиджевого интервью?
7	Чем отличается PR-жанр «Письмо» от жанра делового письма?
8	Каковы обязательные структурные компоненты жанра поздравления?
9	Каково различие в целевом назначении и структуре периодического и событийного байлайнера?
10	Каково целевое назначение листа вопросов и ответов?
11	Какие информационные компоненты может содержать текст бэкграундера?
12	Каковы основные структурные элементы бэкграундера?
13	Каковы основные компоненты композиции приглашения?
14	Перечислите разновидности пресс-релиза.
15	Каковы основные лингвистические требования, предъявляемые к тексту пресс-релиза?
16	Опишите структуру стандартного пресс-релиза.
17	Перечислите основные интернет-площадки, на которых можно размещать PR-тексты.
18	Приведите варианты различных типологий PR-текстов. В чем их отличие?
19	Раскройте сущность основных функций PR-текстов.
20	Назовите возможные источники PR-текста.
21	В чем состоят цель, задачи и функции рекламного и PR-текста?
22	Каковы основные характеристики PR-текста?

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Практико-ориентированные задания находятся в Приложении к данному РПД

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в устной форме. Обучающемуся предлагается один теоретический вопрос и оценивается одно практическое задание - разработка PR-текста(-ов). На подготовку к теоретическому вопросу 20 мин, в качестве практического задания студент демонстрирует собственную разработку PR-текста, сопровождая ее мультимедийной презентацией. Время презентации – 7-10 мин.

Преподаватель сообщает об оценке в тот же день. Пользоваться справочными материалами, конспектами лекций, сетью Интернет на зачете запрещается.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				

Овчинникова Р. Ю., Дмитриева Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/74886.html
Богуславская В. В., Ерофеева И. В., Тепляшина А. Н., Толстокулакова Ю. В., Ерофеева И. В.	Моделирование медиатекста	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/79972.html
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Кочнева С. В.	Технологии спичрайтинга	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018108
Луговой Д. Б.	Копирайтинг	Ставрополь: Северо- Кавказский федеральный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/75579.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска

Приложение

рабочей программы дисциплины Разработка PR-текста

наименование дисциплины

по направлению подготовки ___ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____

наименование ОП (профиля): PR в медиаиндустрии

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)
1	<p style="text-align: center;">Семестр 6</p> <p>Изучите образец анализа пресс-релиза и выполните самостоятельный разбор текста по предложенной схеме.</p> <p>Образец анализа:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Определить тип пресс-релиза, его тему и семантическое соответствие заголовка теме.2. Определить общий объем текста и выявить наличие/отсутствие в нем необходимых структурных компонентов.3. Найти языковые признаки, подтверждающие точность, фактологичность, документальность информации.4. Определить основную стилистику текста (преобладание каких языковых элементов наблюдается в тексте – нейтральных научных, официальных, публицистических, разговорных).5. Выявить наличие в тексте эмоционально-экспрессивных средств, лексических повторов и определить функциональность их использования.6. Определить, какие синтаксические конструкции преобладают в тексте (влияет ли их тип на свободное восприятие информации).7. Проследить логико-смысловые отношения между частями текста.8. Определить корректность включения в текст элементов прямой речи, цитат, косвенной речи.9. Проверить стилистическую и лингвистическую нормативность текста.10. Сделать вывод о полном, частичном соответствии текста жанру пресс-релиза или о его несоответствии (при частичном – сделать стилистическую и лингвистическую правку текста). <p>Пример пресс-релиза:</p> <p>6 причин начать использовать виртуальный тур 360° при просмотре недвижимости</p> <p>Портал недвижимости Mesto.ua представляет новейший сервис «Виртуальный тур 360°» и приводит шесть веских аргументов для риелторов использовать его при показе объектов клиентам.</p> <p>Аренда и покупка жилья в интернете уже давно перестали быть сценариями из научно-фантастических фильмов. Более того, сегодня при подборе объекта недвижимости стало необязательным даже приезжать на осмотр — новейшие достижения человечества в области использования виртуальной реальности (VR) позволяют «прогуляться» по будущей квартире, не выходя из дома или офиса. Портал недвижимости Mesto.ua представляет новейший сервис «Виртуальный тур 360°» и приводит шесть веских аргументов для риелторов использовать его при показе объектов клиентам.</p>
2	<p>Задание 2. Определите жанр текста. Есть ли недостатки в структуре, содержании и оформлении данного текста? Отредактируйте текст, исправив структуру, стиль и лексико-грамматические ошибки:</p> <p>В праздничный для всех нас день успешного завершения первого десятилетия в истории любимого института я поздравляю всех преподавателей, студентов, выпускников и сотрудников.</p> <p>Институт дерзко ворвался в образовательное пространство и финансово-банковское сообщество нашего города и России и за короткий срок успел сделать много нужных и полезных дел.</p> <p>Международный банковский институт — одно из первых негосударственных высших учебных заведений России — за десять лет своего существования подготовил уже сотни квалифицированных специалистов, с успехом применяющих на деле фундаментальные знания и практические навыки, полученные в годы учебы. Опираясь на богатый отечественный и зарубежный опыт в разработке программ обучения, широко используя возможности международного сотрудничества и привлекая к преподаванию</p>

	<p>ведущих ученых и профессионалов-практиков, институту удалось наглядно продемонстрировать большие возможности совершенствования образовательной системы за счет дальнейшего развития ее коммерческого сектора.</p> <p>Не сомневаюсь, что успешно доказавшие свою плодотворность и перспективность добрые традиции тесного делового сотрудничества института с Центральным банком России и сообществом коммерческих банков будут и впредь неуклонно развиваться и укрепляться...</p> <p>Желаю всем, кому посчастливилось хоть часть своей жизни связать с МБИ, счастья, успехов и удачи в работе, научной и педагогической деятельности!</p> <p>Начальник Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Санкт-Петербургу, председатель Попечительского совета Международного банковского института Савинская Надежда Алексеевна</p>
3	<p>Задание 3. Проведите сравнительный анализ текстов буклета, проспекта, брошюры, слогана, резюме, принадлежащим рекламным и PR-жанрам. Выявите их основные жанровые отличия.</p>
4	<p>Задание 4. Найдите опубликованный в СМИ PR-медиатекст, определите его жанр, сформулируйте цель текста и укажите, кто инициировал публикацию этого текста.</p>
5	<p>Задание 5. Прочтите материал «История Apple» на портале EconomicPortal.ru (http://www.economicportal.ru/history_comp/apple1.html), напишите текст имиджевого интервью со Стивом Джобсом, основателем компании Apple.</p>