

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.02 Основы теории PR текста

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

Кафедра: **38** Рекламы

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

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
2	УП		8	96	4	3	Зачет
	РПД		8	96	4	3	
Итого	УП	4	8	128	4	4	
	РПД	4	8	128	4	4	

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):

доктор культурологических наук, Профессор

Алексеев-Апраксин А.М.

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, , навыками их разработки, редактуре

1.2 Задачи дисциплины:

- познакомить обучающихся с основными понятиями, терминами, которыми оперируют профессиональные создатели PR-текстов;
- познакомить с основными жанрами PR-текстов в онлайн и офлайн среде, правилами и навыками их составления;
- 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:

- Введение в коммуникационные специальности
- Информационно-коммуникационные технологии

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: специфику PR- текста как коммуникативной единицы в маркетинговых коммуникациях; коммуникативные типы PR-текста

Уметь: повышать эффективность PR-текста и его коммуникативное воздействие

Владеть: навыками разработки различных вербальных компонентов PR-текста

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в дисциплину. Жанры PR-текстов	1				
Тема 1. Проблема определения понятия «PR-текст». Проблема жанровой типологии PR-текстов		1		10	ИЛ
Тема 2. Оперативно-новостные жанры (Пресс-релиз, интернет-релиз, социомедиарелиз и информационное письмо, приглашение). Исследовательско- новостные жанры (Бэкграундер; Лист вопросов-ответов; Аналитическая справка). Фактологические жанры (Факт- лист; Биография конспект, биография рассказ, биография повествование) PR- тексты исследовательских жанров (Заявление для СМИ, коммюнике; Открытое письмо)		2		12	
Тема 3. Образно-новостные жанры (Байлайнер; Поздравление; Письмо). PR- медиатексты PR-тексты. (Имиджевая статья; имиджевое интервью; кейс-стори)		1		10	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Разновидности PR-текстов. Специфика PR-текстов	2				
Тема 4. Смежные PR-тексты (Слоган организации; резюме; пресс-ревю). Комбинированные PR-тексты (Корпоративное издание; Пресс-кит; Информационный пакет; Медиа-кит. Листовка).			4	48	ИЛ

Тема 5. Фотография как визуальная разновидность PR-текста. Специфика PR-текстов в Интернете (интернет-тексты в PR -коммуникации; Интернет-платформы для размещения и распространения электронных PR-текстов; Эволюция PR-текстов в Интернете; Жанры электронных PR-текстов; Электронные PR-тексты в социальных сетях)		4	48	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	96	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25	128	

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	- излагать специфику PR- текста как коммуникативной единицы в маркетинговых коммуникациях; коммуникативные типы PR-текста - повышает эффективность PR-текста и его коммуникативное воздействие - разрабатывает различные вербальные компоненты PR-текста	Перечень вопросов для устного ответа Перечень практико-ориентированных заданий

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	1. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой. 2. Обучающийся демонстрирует полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания. 3. Обучающийся показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе, не носящие принципиального характера, обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.	
Не зачтено	Обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Ответы носят несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер	

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
Курс 2	
1	Исследовательские жанры. Образно-новостные жанры.
2	Пресс-релиз. Особенности содержания и использования в связях с общественностью.
3	Структура пресс-релиза и его обязательные компоненты. Композиция пресс-релиза. Способы организации информации.
4	Основные дифференциальные признаки PR-текста. Отличие PR-текста от рекламного и журналистского текста.
5	Жанровая типология PR-текстов
6	Бэкграундер и его место в системе PR-текстов. Виды бэкграундеров.
7	Биография как жанр PR-текста. Жанровые разновидности биографии. Структура, обязательные и факультативные компоненты.
8	Факт-лист. Особенности структуры факт-листа и его использование.
9	Заявление для прессы. Цель и основные особенности структуры. Поводы для распространения.
10	Письмо как жанр PR-текста. Требования к текстовой структуре письма. Виды деловых писем в СО. Их характеристика.

11	Имиджевое интервью. Его разновидности и отличие от журналистского интервью
12	Каковы основные цели и структурные особенности жанра кейс-стори?
13	В чем состоит отличие комбинированных жанров от простых PR-жанров?
14	Письмо как жанр PR-текста. Требования к текстовой структуре письма. Виды деловых писем в СО. Их характеристика.

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

См в Приложениях к данной 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

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

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
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
Луговой, Д. Б.	Копирайтинг	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/75579.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Асташова О. В.	Основы копирайтинга. Практические занятия и самостоятельная работа	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199299

Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
------------------------------------	-----------------	---------------------------------------	------	---

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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 Основы теории PR текста

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
наименование ОП (профиля): PR в медиаиндустрии

Задание 1. Изучите образец анализа пресс-релиза и выполните самостоятельный разбор текста по предложенной схеме.

Образец анализа:

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).

Задание 2. Определите жанр текста. Есть ли недостатки в структуре, содержании и оформлении данного текста? Отредактируйте текст, исправив структуру, стиль и лексико-грамматические ошибки:

Задание 3. Проведите сравнительный анализ текстов буклета, проспекта, брошюры, слогана, резюме, принадлежащим рекламным и PR-жанрам. Выявите их основные жанровые отличия.

Задание 4. Найдите опубликованный в СМИ PR-медiateкст, определите его жанр, сформулируйте цель текста и укажите, кто инициировал публикацию этого текста.