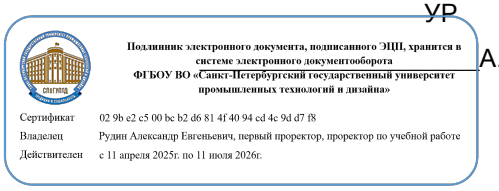
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.01 Основы теории PR-текста

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ОО №1-1-25.plx

Кафедра: 38 Рекламы

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

Профиль подготовки: (специализация) PR в медиаиндустрии

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
2	УП	17	34	92,75	0,25	4	Зачет
	РПД	17	34	92,75	0,25	4	
Итого	УП	17	34	92,75	0,25	4	
	РПД	17	34	92,75	0,25	4	

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России 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, редактуры

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

ПК-3: Способен готовить к публикации собственные материалы для осуществления PR в медиаиндустрии
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	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Введение в дисциплину. Жанры PR-текстов	2					Д
Тема 1. Проблема определения понятия «PR-текст». Проблема жанровой типологии PR-текстов Практическое занятие: Типология PR-текстов		2	4	7	ИЛ	
Тема 2. Оперативно-новостные жанры (Пресс-релиз, интернет-релиз, социомедиарелиз и информационное письмо, приглашение). Исследовательско- новостные жанры (Бэкграундер; Лист вопросов-ответов; Аналитическая справка) Практическое занятие: Составление пресс- релиза		2	6	15		
Тема 3. Фактологические жанры (Факт-лист; Биография конспект, биография рассказ, биография повествование) PR-тексты исследовательских жанров (Заявление для СМИ, коммюнике; Открытое письмо) Практическое занятие: Составление биографии		2	6	15		

Тема 4. Образно-новостные жанры (Байлайнер; Поздравление; Письмо). PR- медиатексты PR-тексты. (Имиджевая статья; имиджевое интервью; кейс-стори) Практическое занятие: Составление		2	5	14	ГД	
Раздел 2. Разновидности PR-текстов						
Тема 5. Смежные PR-тексты (Слоган организации; резюме; пресс-ревю). Практическое занятие: Составление пресс- ревю		1	3	8,75	ИЛ	
Тема 6. Комбинированные PR-тексты (Корпоративное издание; Пресс-кит; Информационный пакет; Медиа-кит. Листовка) Практическое занятие: Составление пресс- кита		2	2	6	ГД	Д
Раздел 3. Специфика PR-текстов						
Тема 7. Специфика PR-текстов в Интернете (интернет-тексты в PR-коммуникации; Интернет-платформы для размещения и распространения электронных PR-текстов; Эволюция PR-текстов в Интернете;Электронные PR-тексты в социальных сетях) Практическое занятие: Жанры электронных PR-текстов		3	8	13	ГД	
Тема 8. Фотография как визуальная разновидность PR-текста		3		14		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	92,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		92,75		

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
ПК-3	Излагает лингвистические и коммуникативные особенности рекламного текста в медиасфере и маркетинговых коммуникациях	Перечень вопросов для устного собеседования
	Применяет коммуникативные стратегии, языковые приемы для эффективного создания различных компонентов PR- текста	Перечень практико-ориентированных заданий
	Применяет методики создания PR- рекламного текста	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
Семестр 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)

Находится в Приложении 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				
Луговой, Д. Б.	Копирайтинг	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/75579.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
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html
Асташова О. В.	Основы копирайтинга. Практические занятия и самостоятельная работа	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199299
Кочнева С. В.	Технологии спичрайтинга	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018108
Милюкова, А. Г.	Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы	Саратов: Вузовское образование	2020	http://www.iprbookshop.ru/96768.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 дисциплины **Основы теории PR-текста**

по направлению подготовки наименование ОП (профиля): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль: 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 синтасические 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-медиатекст, определите его жанр, сформулируйте цель текста и укажите, кто инициировал публикацию этого текста.