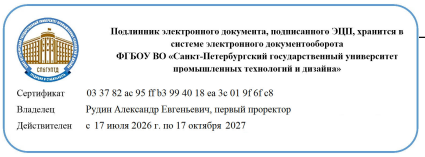
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР


Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 ff b3 99 40 18 ea 3e 01 9f 6f e8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.01 Основы теории PR-текста

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ЗАО №1-3-25.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: 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	

Санкт-Петербург
2026

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 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		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
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
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0		
Раздел 2. Разновидности PR-текстов	2			
Тема 4. Смежные PR-тексты (Слоган организации; резюме; пресс-ревю).			4	24
Тема 5. Комбинированные PR-тексты (Корпоративное издание; Пресс-кит; Информационный пакет; Медиа-кит. Листовка).				24
Раздел 3. Специфика PR-текста				
Тема 6. 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)			2	24

Тема 7. Фотография как визуальная разновидность PR -текста.			2	24
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 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-3	Излагает лингвистические и коммуникативные особенности рекламного текста в медиасфере и маркетинговых коммуникациях
	Применяет коммуникативные стратегии, языковые приемы для эффективного создания различных компонентов PR- текста Применяет методики создания PR- рекламного текста

6.2 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	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 2	
1	Факт-лист. Особенности структуры факт-листа и его использование.
2	Заявление для прессы. Цель и основные особенности структуры. Поводы для распространения.
3	Имиджевое интервью. Его разновидности и отличие от журналистского интервью
4	Каковы основные цели и структурные особенности жанра кейс-стори?
5	Структура пресс-релиза и его обязательные компоненты. Композиция пресс-релиза. Способы организации информации.
6	Факт-лист. Особенности структуры факт-листа и его использование.
7	Письмо как жанр PR-текста. Требования к текстовой структуре письма. Виды деловых писем в СО. Их характеристика.
8	В чем состоит отличие комбинированных жанров от простых PR-жанров?
9	Исследовательские жанры. Образно-новостные жанры.
10	Пресс-релиз. Особенности содержания и использования в связях с общественностью.
11	Структура пресс-релиза и его обязательные компоненты. Композиция пресс-релиза. Способы организации информации.
12	Основные дифференциальные признаки PR-текста. Отличие PR-текста от рекламного и журналистского текста.
13	Жанровая типология PR-текстов
14	Бэкграундер и его место в системе PR-текстов. Виды бэкграундеров.
15	Биография как жанр PR-текста. Жанровые разновидности биографии. Структура, обязательные и факультативные компоненты.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Находится в Приложении к данной РПД

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 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»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная	+	Письменная		Компьютерное тестирование		Иная	

6.4.3 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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Молдавская, О. Е.	Основы копирайтинга и рерайтинга	Москва: Издательский Дом МИСиС	2021	https://www.iprbookshop.ru/129511.html
Кузьмина Н.А., отв. ред.	Современный медиатекст. Учебное пособие	Москва: Флинта	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=340831

7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Богуславская, В. В., Ерофеева, И. В., Тепляшина, А. Н., Толстокулакова, Ю. В., Ерофеевой, И. В.	Моделирование медиатекста	Саратов: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/88597.html
Луговой, Д. Б.	Копирайтинг	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2017	https://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
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
Бердников И. П., Стрижова А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83123.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

7.4 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

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

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.