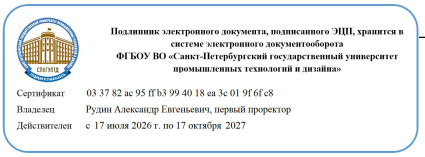
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по УР



_____А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.01.01 Разработка 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				
3	УП	4	8	92	4	3	Зачет
	РПД	4	8	92	4	3	
Итого	УП	4	8	92	4	3	
	РПД	4	8	92	4	3	

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):

кандидат философских наук, Доцент _____ Асташова Ольга Владимировна

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 лингвистические 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

Основы теории PR-текста

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен готовить к публикации собственные материалы для осуществления PR в медиаиндустрии
Знать: способы и приемы создания PR- тестов в текстовом, аудио- и видеоформате (онлайн и офлайн) 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 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. Технологии построения PR-текстов	3			
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 компонентов PR-текста		0,5	1	17
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		0,5	1	15

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		0,5	1	15
Раздел 2. Разработка PR-текстов различных жанров				
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		0,5	1	15
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		1	2	15
Тема 6. Медиатексты Имиджевый тексты (имиджевая статья, имиджевое интервью), кейс-стори. Комбинированные (пресс-кит, информационный пакет, буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер, листовка) и смежные (слоган, резюме, пресс-ревю) PR-тексты. Лингвостилистические и структурные особенности. Практическое занятие. Разработка имиджевых текстов.		1	2	15
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	92
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25		92

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 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

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий понимание специфики традиционных PR-текстов и PR-текстов в сети Интернет, включающего разработку как вербальных, так и 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. При выполнении практического задания проработаны как текстовая составляющая, лингвостилистические особенности, так и мультимедийные компоненты. Демонстрация проекта сопровождается мультимедийной презентацией. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	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. При выполнении практического задания проект плохо продуман, присутствует несоответствие между вербальными и невербальными составляющими, не учтены требования, предъявляемые к оформлению проекта. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

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 3	
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?

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Практико-ориентированные задания находятся в Приложении к данному 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

Дифференцированный 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.

В течение семестра выполняются контрольные работы.

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
Селезнева Л.В.	Подготовка рекламного и PR-текста	Москва: Квант Медиа	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=350734
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Луговой, Д. Б.	Копирайтинг	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/75579.html
Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/74886.html
Кочнева С. В.	Технологии спичрайтинга	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018108

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

7.2 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/

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

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 __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	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). Пример пресс-релиза: ***6 причин начать использовать виртуальный тур 360° при просмотре недвижимости*** *Портал недвижимости Mesto.ua представляет новейший сервис «Виртуальный тур 360°» и приводит шесть веских аргументов для риелторов использовать его при показе объектов клиентам.* *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.*

2	**Задание 2.** Определите жанр текста. Есть ли недостатки в структуре, содержании и оформлении данного текста? Отредактируйте текст, исправив структуру, стиль и лексико-грамматические ошибки: *В праздничный для всех нас день успешного завершения первого десятилетия в истории любимого института я поздравляю всех преподавателей, студентов, выпускников и сотрудников.* *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.* *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 ведущих ученых и профессионалов-практиков, институту удалось наглядно продемонстрировать большие возможности совершенствования образовательной системы за счет дальнейшего развития ее коммерческого сектора.* *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...* *Желаю всем, кому посчастливилось хоть часть своей жизни связать с МБИ, счастья, успехов и удачи в работе, научной и педагогической деятельности!* *Начальник Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Санкт-Петербургу, председатель Попечительского совета Международного банковского института Савинская Надежда Алексеевна*
3	**Задание 3.** Проведите сравнительный анализ текстов буклета, проспекта, брошюры, слогана, резюме, принадлежащим рекламным и PR-жанрам. Выявите их основные жанровые отличия.
4	**Задание 4.** Найдите опубликованный в СМИ PR-медиатекст, определите его жанр, сформулируйте цель текста и укажите, кто инициировал публикацию этого текста.
5	**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.