Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 18.04.2023 15:51:18
Уникальный программный ключ:
52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ
_____Н.Н. Кислова

Жанры рекламных и PR-текстов

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	**Литературы, журналистики и методики обучения**
Учебный план	ФФ-б21Жз(4г6м) Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
Квалификация	**бакалавр**
Форма обучения	**заочная**
Общая трудоемкость	**3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 5
аудиторные занятия	12	
самостоятельная работа	92	
часы на контроль	4	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**5(3.1)**		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	4	4	4	4
Лабораторные занятия	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Болдырева Татьяна Владимировна

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Жанры рекламных и PR-текстов

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 31.08.2020 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 25.08.2020 г. №1
Переутверждена на основании решения Ученого совета СГСПУ
Протокол заседания Ученого совета СГСПУ от 31.08.2022 г. №1.
Зав. кафедрой Борщева Н.Н.

Начальник УОП

_____Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: сформировать представления у обучающихся о рекламном и PR-тексте как тексте особого типа, а также структуре его жанровых репрезентантов в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» и профессиональным стандартом «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

Задачи изучения дисциплины: развить навыки подготовки текстовых материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы; сформировать навыки редактирования текстов, нацеленных на достижение рекламных и PR целей с учетом формата СМИ или канала коммуникации.

Область профессиональной деятельности: средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Содержание дисциплины базируется на материале:

Компьютерная графика

2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

ПК-4.1. Информирует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов

Знает типологию рекламных и PR-текстов
Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации

ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Умеет использовать рекламные и PR-тексты в построении обратной связи с целевой аудиторией

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. PR-текст: сущностные характеристики			
1.1	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации /Лек/	5	2	0
1.2	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации /Ср/	5	15	0
	Раздел 2. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов			
2.1	Типология простых первичных PR-текстов/Лек/	5	1	0
2.2	Оперативно-новостные жанры/Лаб/	5	0,5	0
2.3	Оперативно-новостные жанры/Пр/	5	0,5	0
2.4	Оперативно-новостные жанры/Ср/	5	10	0
2.5	Исследовательско-новостные жанры/Лаб/	5	0,5	0
2.6	Исследовательско-новостные жанры/Пр/	5	0,5	2
2.7	Исследовательско-новостные жанры/Ср/	5	10	0
2.8	Фактологические жанры /Лаб/	5	0,5	0
2.9	Фактологические жанры /Пр/	5	0,5	0
2.10	Фактологические жанры /Ср/	5	10	0
2.11	Образно-новостные жанры /Лаб/	5	0,5	0
2.12	Образно-новостные жанры /Пр/	5	0,5	2
2.13	Образно-новостные жанры /Ср/	5	10	0
	Раздел 3. Жанровая характеристика комбинированных, смежных PR- текстов и медиатекстов			
3.1	Разграничение рекламных и PR-текстов /Лек/	5	1	0
3.2	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов /Лаб/	5	0,5	0
3.3	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов /Пр/	5	0,5	0
3.4	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов /Ср/	5	15	0
3.5	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Пр/	5	0,5	0
3.6	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Лаб/	5	0,5	0

3.7	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Ср/	5	12	0
3.8	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Пр/	5	1	0
3.9	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Лаб/	5	1	0
3.10	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Ср/	5	10	0
	/Зачет/	5	4	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

5 семестр, 2 лекции, 2 практических занятия, 2 лабораторных занятия

Лекция №1 (2 часа)

PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации

Публичные коммуникации. Субъектное пространство публичной сферы. Объект публичных коммуникаций. Информация и ее виды. PR-информация как разновидность социальной информации. PR-информация и PR-коммуникация. PR-сообщение. Место PR-текста в PR-коммуникации.

Лекция №2 (2 часа)

Типология простых первичных PR-текстов. Разграничение рекламных и PR-текстов

Проблемы классификации и принципы типологии PR-текстов. Типология PR-текстов по функциональным и структурным признакам. Жанрообразование PR-текстов. Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры. Фактологические жанры. Образно-новостные жанры.

Основные принципы составления и оформления комбинированных PR-текстов. Функциональная характеристика комбинированных текстов. Методика составления комбинированных текстов. Структур минимального пакета компонентов фирменного стиля

Практическое занятие №1 (2 часа)

Оперативно-новостные жанры

Пресс-релиз. Виды пресс-релиза.
Содержание стандартного пресс-релиза.
Структура стандартного пресс-релиза.
Адресная специфика пресс-релиза и способы распространения пресс-релиза.
Составление одного из видов пресс-релизов.
Приглашение. Виды приглашений.
Структура стандартного приглашения.
Адресная специфика приглашения.
Типичные ошибки в текстах приглашений. Анализ и редактура текстов приглашений.

Исследовательско-новостные жанры

Бэкграундер (backgrounder). Цель, объект и предмет бэкграундера.
Метод сбора информации для бэкграундера.
Метод отражения информации в бэкграундере. Структура бэкграундера.
Пресс-досье: методика составления и структура.
Лист вопросов-ответов (questions and answer form). Цель, объект и предмет листа вопросов-ответов.
Метод сбора информации для листа вопросов-ответов.
Метод отражения информации в листе вопросов-ответов. Структура листа вопросов-ответов.

Фактологические жанры

Факт-лист (fact sheet). Цель, объект и предмет факт-листа. Биография. Виды биографий. Формы подачи биографии.

Образно-новостные жанры

Байлайнер (by-liner). PR-цели байлайнера. Виды байлайнера.
Авторство текста в байлайнере.
Письмо. Коммерческое предложение как вид делового письма.
Функции коммерческого предложения.
Виды коммерческого предложения. Этапы работы с коммерческим предложением.
Поздравление. Структура поздравления. Этикетные формулы в поздравлении. Основные ошибки в составлении поздравления.

Практическое занятие №2 (2 часа)

Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов. Основные принципы составления и оформления медиатекстов. Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов

Общая характеристика смежных текстов.
Пресс-ревю.
Резюме.
Спонсорский пакет.

Лабораторное занятие №1 (2 часа)

Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры. Фактологические жанры. Образно-новостные жанры

Пресс-релиз. Виды пресс-релиза.
Содержание стандартного пресс-релиза.
Структура стандартного пресс-релиза.
Адресная специфика пресс-релиза и способы распространения пресс-релиза.
Составление одного из видов пресс-релизов.
Приглашение. Виды приглашений.
Структура стандартного приглашения.
Адресная специфика приглашения.

Типичные ошибки в текстах приглашений. Анализ и редактура текстов приглашений.
«Инфостиль» как языковая основа текстов фактологических жанров
Факт-лист (fact sheet). Цель, объект и предмет факт-листа.
Биография. Виды биографий. Формы подачи биографии.
Лабораторное занятие «Основные принципы составления и оформления комбинированных PR-текстов»
Функциональная характеристика комбинированных текстов.
Методика составления комбинированных текстов:
листовка;
буклет;
проспект;
брошюра;
ньюслеттер;
пресс-кит;
медиакит;
бренд-бук.

Лабораторное занятие №2 (2 часа)

Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов. Основные принципы составления и оформления медиатекстов. Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов

Общая характеристика медиатекстов.
Имиджевая статья.
Кейс-стори.
Имиджевое интервью.
Способы и методика проведения интервью.
Виды имиджевого интервью по форме и типу информации. Типы вопросов в интервью.
Композиция интервью.
Типовые ошибки в интервью.
Заявление для прессы и меморандум.
Написание и верстка резюме для соискания должности: журналиста; копирайтера.

5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
2	Типология простых первичных PR-текстов	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно. Решение кейса
3	Разграничение рекламных и PR-текстов	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно. Решение кейса
4		Подготовка к тестированию	Тесты

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Типология простых первичных PR-текстов	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3	Разграничение рекламных и PR-текстов	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины.
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Руженцева Р.Б.	Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н. Б. Руженцева. – 3-е изд. стер. – Москва : ФЛИНТА, 2022. – 184 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470 – ISBN 978-5-9765-1217-7. – Текст : электронный.	Москва: ФЛИНТА, 2022. - 184 с.
Л1.2	Сердобинцева Е.	Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Сердобинцева. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575 – Библиогр.: с. 128-129. – ISBN 978-5-9765-0910-8. – Текст : электронный.	М.: Флинта, 2021. – 161 с.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Гришко Н. Д.	Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы / Н. Д. Гришко. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 141 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345 – ISBN 978-5-504-00484-6. – Текст : электронный.	М.: Лаборатория книги, 2012. – 141 с.

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat Reader DC
- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite
- GIMP
- Microsoft Office 365 Pro Plus - subscription license (12 month) (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher, Skype for Business, OneDrive, SharePoint Online)
- Microsoft Windows 10 Education
- XnView
- Архиватор 7-Zip

6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- Базы данных Springer eBooks

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, лабораторных занятий, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, Медиалаборатория. Оснащенность: Комплект учебной мебели, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование.
7.2	Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект мебели, ПК-4 шт. С возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические рекомендации для студентов по организации изучения дисциплины

При подготовке презентаций важно соблюдать требования к их оформлению: единый стиль оформления; лаконичность текста, представленного на слайде; рациональное размещение информации на слайде; использование знаково-символических или структурных схем, иллюстраций и т.п. для визуализации основных тезисов.

При самостоятельном подборе примеров рекламных продуктов необходимо обращаться к наиболее зарекомендовавшим себя брендам. Подборка материалов должна отражать весь спектр жанров и видов рекламы соответствующего канала коммуникации. Рекламные материалы следует записать на носитель типа флеш для трансляции в аудитории с использованием компьютера и проектора.

Методические рекомендации для преподавателей по организации изучения дисциплины

Основным стержнем изучения дисциплины является органичное соединение науки и практики. Процесс обучения должен строиться на объективных научных, теоретических данных. Все эти объективные данные должны реализовываться при формировании профессионально-необходимых знаний, практических умений и навыков.

Приложение

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов»

Курс 3 Семестр 5

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Тема 1.1. PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации **Тема 1.2. Типология простых первичных PR-текстов**			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	8	12
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	8	12
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		6	12
Промежуточный контроль		28	48
Тема 1.3. Разграничение рекламных и PR-текстов			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	8	16
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	8	12
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		6	12
Промежуточный контроль		28	52
Промежуточная аттестация		0	(15)[1]
	Итого:	**56**	**100**

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по темам: **«PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации»** **«Типология простых первичных PR-текстов»**			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 6 баллов за полный комплект лекций по темам 1.1-2.4. Решение кейсов: Составьте пресс-релиз о событии – 2 балла Составьте факт-лист для базисного субъекта PR – 2 балла. Составьте поздравление для базисного субъекта PR – 2 балла.	Темы: PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации Типология простых первичных PR-текстов Образовательные результаты: Знает типологию рекламных и PR-текстов Знает сущностные характеристики информации, в том числе рекламной и PR-информации Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 1.1-2.4. 6 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Adhoc-релиз Байлайнер Биография Бэкграундер Исследовательские жанры	

[1] Баллы за промежуточную аттестацию прибавляются к сумме баллов, набранных студентом в течение семестра, только если студент хочет повысить оценку, выставляемую на основе текущего и промежуточного контроля

		Кейс-стори Лист вопросов и ответов Ньюс-леттер Образно-новостные жанры Оперативно-новостные жанры Поздравление Пострелиз Пресс-релиз Приглашение Факт-лист Фактологические жанры Решение кейсов: Составьте Adhoc-релиз – 2 балла Составьте биографию для базисного субъекта PR – 2 балла. Составьте байлайнер для базисного субъекта PR – 2 балла.	Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 1.1. – 6 баллов, 1.2. – 6 баллов	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2 баллам. Примерные тестовые задания см. в разделе 9.2. настоящей программы	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 48 баллов	
Текущий контроль по теме «Разграничение рекламных и PR-текстов»			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 6 баллов за полный комплект Решение кейсов: Составьте листовку для базисного субъекта PR – 2 балла Составьте имиджевую статью для базисного субъекта PR – 2 балла. Имиджевое интервью для базисного субъекта PR – 2 балла.	Темы: Разграничение рекламных и PR-текстов Образовательные результаты: Знает типологию рекламных и PR-текстов Знает сущностные характеристики информации, в том числе рекламной и PR-информации Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по теме Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Медиатекст Смежный PR-текст Комбинированный PR-текст Медиа-кит Пресс-кит Брошюра Листовка Буклет Проспект Имиджевое интервью Имиджевая статья Заявление для прессы	

		Пресс-ревю Решение кейсов: Составьте пресс-кит для пресс-конференции – 4 балла Составьте буклет для базисного субъекта PR – 4 балла.	
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по теме – 8 баллов	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2 баллам. Примерные тестовые задания см. в разделе 9.2. настоящей программы	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 52 балла	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	