

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 29.04.2021 10:22:44

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008095d5726b159b6b04f865ae63b96a966c033

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный социально-педагогический университет»**

Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ

 Н.Н. Кислова

Жанры рекламных и PR-текстов рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Журналистики	
Учебный план	ФФ-б20ТСз(4г6м).plx Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»	
Квалификация	бакалавр	
Форма обучения	заочная	
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах: зачеты 5
в том числе:		
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	
	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	4	0	4	0
Лабораторные занятия	4		4	
Практические	4		4	0
В том числе инт.	4	0	4	0
Итого ауд.	12	0	12	0
Контактная работа	12	0	12	0
Сам. работа	92	0	92	0
Часы на контроль	4	0	4	0
Итого	108	0	108	0

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов»

Программу составил(и):

Т.В.Болдырева

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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

утвержденного учёным советом вуза от 30.08.2019 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 27.08.2019 г. №1

Зав. кафедрой Борщева Н.Н.

Начальник УОП



Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов» – сформировать представления у студентов о рекламном и PR-тексте как тексте особого типа, а также структуре его жанровых репрезентантов в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» 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: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиoproграммы, онлайн-ресурсы).

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:

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как Основы социологии

Медиарилейшнз

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Знает типологию рекламных и PR-текстов

ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Знает существенные характеристики информации, в том числе рекламной и PR-информации
Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации

ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций

ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

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

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. PR-текст: существенные характеристики			
1.1	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации /	5	2	0
1.2	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации /	5	15	0
	Раздел 2. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов			
2.1	Типология простых первичных PR-текстов/Лек/	5	1	0

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов»

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				
	Разграничение рекламных и PR-текстов /Л/	5	1	0
	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR-текстов /Лаб/	5	0,5	0
	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR-текстов /Пр/	5	0,5	0
	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR-текстов /Ср/	5	15	0
	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Пр/	5	0,5	0
	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Лаб/	5	0,5	0
	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Ср/	5	12	0
	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Пр/	5	1	0
	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Лаб/	5	1	0
	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Ср/	5	10	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

Темы лекций

Тема 1.1. 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.

Тема 1.2. Типология простых первичных 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.

Тема 1.3. Разграничение рекламных и PR-текстов

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

Практическое занятие «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.

Лабораторное занятие «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 редаKTура текстов приглашений.

Лабораторное занятие «Фактологические жанры»

«Инфостиль» как языковая основа текстов фактологических жанров

Факт-лист (fact sheet). Цель, объект и предмет факт-листа.

Биография. Виды биографий. Формы подачи биографии.

Практическое занятие «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.

Практическое занятие «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.

Лабораторное занятие «Основные принципы составления и оформления комбинированных PR-текстов»

Функциональная характеристика комбинированных текстов.

Методика составления комбинированных текстов:

листовка;

буклет;

проспект;

брошюра;

нюслеттер;

пресс-кит;

медиакит;

бренд-бук.

Лабораторное занятие «Основные принципы составления и оформления медиатекстов»

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.

Практическое занятие «Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов»

Общая характеристика смежных текстов.			
Пресс-ревью.			
Резюме.			
Спонсорский пакет.			
5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)			
Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине			
№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1.	Тема 1.1. 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.	Тема 1.2. 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.	Тема 1.3. 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 студента			
№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1.	Тема 1.1. PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2.	Тема 1.2. Типология простых первичных PR-текстов	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3.	Тема 1.3. 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	Кривоносов А.Д.	Жанровая типология PR-текстов: от теории к вульгаризации // Российская школа связей с общественностью // https://elibrary.ru/download/elibrary_28392779_37560250.pdf	2017. № 9. С. 215-221
Л1.2	Сердобинцева Е.	Структура и язык рекламных текстов https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575	М.: Флинта, 2021
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Рабочая программ дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов»

Л2.1	Балахонская Л.В.	Современные подходы к определению PR-текста // Российская школа связей с общественностью. https://elibrary.ru/download/elibrary_25719171_86704842.pdf	2016. № 8. С. 30-41
Л2.2	Балахонская Л.В.	Жанровое своеобразие заявления для СМИ как PR-текста // Человек в информационном пространстве. сборник научных трудов. Под общей редакцией Н.В. Аниськиной //	2014. С. 175-180.
Л2.3	Балахонская Л.В.	Аналитическая справка как жанр PR-текста // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. https://elibrary.ru/download/elibrary_26707273_39460885.pdf	2015. № 1. С. 9 - 13.
Л2.4	Гришко Н. Д.	Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142345&sr=1	М.: Лаборатория книги, 2012

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat Reader DC

- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite

- GIMP

- Microsoft Office 2016 Professional Plus (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)

- 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

- Microsoft Windows 7/8.1 Professional

- XnView

- Архиватор 7-Zip

- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»

6.3 Перечень информационных справочных систем

- Elsevier (база данных «Freedom Collection» и коллекции электронных книг «Freedom Collection eBook collection», национальная подписка на полнотекстовые ресурсы)

- SCOPUS издательства Elsevier

- SpringerNature (национальная подписка на полнотекстовые ресурсы)

- База данных международных индексов научного цитирования Web of Science

- БД «Polpred.com. Обзор СМИ»

- УИС РОССИЯ

- ЭБС «E-LIBRARY.RU»

- ЭБС «ЛАНЬ»

- ЭБС «РУКОНТ» (Контекстум)

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

- ЭБС «ЮРАЙТ» (Коллекция Легендарные книги)

- Информационно-образовательная программа «Росметод»

- СПС «ГАРАНТ-Аналитик»

- СПС «Консультант-Плюс»

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели, меловая доска, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование. Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт.
-----	--

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Работа над теоретическим материалом происходит кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю.

Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с информационными источниками в разных форматах.

Также в процессе изучения дисциплины методические рекомендации могут быть изданы отдельным документом.

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 студента)	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 студента)	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:

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

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов»

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 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.	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
3	Самостоятельная работа (на выбор студента)	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
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по теме Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Медiateкст Смежный PR-текст Комбинированный PR-текст	Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»
Рабочая программ дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов»

		<p>Медиа-кит Пресс-кит Брошюра Листовка Буклет Проспект Имиджевое интервью Имиджевая статья Заявление для прессы Пресс-ревью Решение кейсов: Составьте пресс-кит для пресс-конференции – 4 балла Составьте буклет для базисного субъекта PR – 4 балла.</p>	<p>коммуникаций Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации</p>
3	Самостоятельная работа (на выбор студента)	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	