

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное**  
**учреждение высшего образования "Пермский**  
**государственный национальный исследовательский**  
**университет"**

**Кафедра журналистики и массовых коммуникаций**

**Авторы-составители: Крижановская Елена Мечиславовна**  
**Масальцева Татьяна Николаевна**

**Рабочая программа дисциплины**  
**СОЗДАНИЕ PR-ТЕКСТА**  
**Код УМК 71150**

**Утверждено**  
**Протокол №9**  
**от «17» июня 2019 г.**

**Пермь, 2019**

## **1. Наименование дисциплины**

Создание PR-текста

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **42.03.05** Медиакоммуникации  
направленность Контент-менеджмент

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Создание PR-текста** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**42.03.05** Медиакоммуникации (направленность : Контент-менеджмент)

**ПК.12** способность описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных, социальных и экономических наук для решения задач в профессиональной деятельности

**ПК.9** уметь конструировать убеждающие истории для рекламных материалов и PR-материалов

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	42.03.05 Медиакоммуникации (направленность: Контент-менеджмент)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	10
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	42
<b>Проведение лекционных занятий</b>	28
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	14
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	66
<b>Формы текущего контроля</b>	Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (3)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (10 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Создание PR-текста. Первый семестр**

Одной из основных форм PR-деятельности является подготовка текстовых материалов для целевой общественности и для СМИ. Следовательно, в пространстве современных PR-коммуникаций активно функционирует целый корпус определенных текстов, имеющих свою особую структуру, систему жанров, языковой облик: вопрос о многообразии жанровых форм подачи PR-информации приобретает особую актуальность: пиармены-практики должны эффективно пользоваться всем текстовым инструментарием PR-коммуникаций, с помощью которого и вносятся изменения в информационное пространство. Другими словами, на первый план выходит необходимость облечения информации в ту жанровую форму, которая является наиболее эффективной в данном коммуникативном акте.

### **PR-текст в системе массовых коммуникаций. Отличие PR-текста от текстов смежных коммуникаций: журналистского и рекламного**

PR-текст как одна из разновидностей текстов массовой коммуникации, как инструмент публичных коммуникаций функционирует вместе с текстовыми феноменами смежных коммуникационных форм — журналистики и рекламы, находясь с последними в отношениях дополнительной дистрибуции. (см. работы И. В. Алешиной, И. М. Синяевой, Г. Л. Тульчинского, А. А. Чумикова),

### **Принципы классификации PR-текстов. Понятие жанра PR-текста. Особенности жанровой классификации А.Д.Кривоносова**

Для литературы и журналистики никогда не существовало застывшей системы жанров, российские PR-тексты развиваются и функционируют в тесной взаимосвязи с текстами журналистики, испытывая на себе сильнейшее влияние журналистского текста, часто предлагается использовать элементы журналистских жанров (использование элементов журналистских жанров в «PR-публикации» чтобы обогатить PR-материал, привлечь к нему читательский интерес К жанрообразующим факторам PR-текста по А.Д.Кривоносову можно отнести: предмет отображения, целеустановку, метод отображения, функции и стилистико-языковой фактор.

### **Оперативно-новостные жанры**

Оперативно-новостные жанры — это жанры, передающие оперативную новостную информацию о базисном субъекте PR. К данным жанрам относятся пресс-релиз и приглашение.

### **Пресс-релиз. Приглашение для разных групп общественности**

Пресс-релиз является основным жанром PR-текста, содержащим предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию о событии, касающемся базисного субъекта PR. Пресс-релиз делится на: релиз-анонс, ньюс-релиз, новостной лист. Приглашение, есть текст о событии в жизни базисного субъекта PR, в котором адресату (конкретному лицу или организации) предлагается принять участие.

### **Социальный медиа-релиз**

Благодаря развитию интернета и информационных технологий в рабочий инструментарий специалистов по связям с общественностью входят новые элементы, отличающиеся своей высокой эффективностью. Интерактивные технологии, включающие в себя взаимодействие с так называемыми социальными медиа, приносят и новые типы PR-текстов, одним из которых является социальный медиа-релиз.

### **Исследовательско-новостные жанры**

Исследовательско-новостные жанры — это жанры, сообщающие неоперативную, но актуальную информацию, «сопровождающую» событие (ситуацию), касающуюся базисного субъекта PR и предполагающую в некоторых случаях анализ данного события (ситуации).

### **Фактологические жанры**

Фактологические жанры содержат дополнительную (в виде определенной суммы фактов) актуальную фоновую информацию по отношению к новостному событию в жизни базисного субъекта PR. Тексты фактологических жанров (факт-лист и биография)

### **Исследовательские жанры**

Исследовательские жанры — это жанры, содержащие определенный анализ события или ситуации, касающихся базисного субъекта PR и предполагающие наличие в тексте элементов логически-рационального анализа представляемых фактов, многоканальность источников информации, особую стилистику (как средства выражения личностного начала, так и элементы научного стиля).

### **Образно-новостные жанры**

Образно-новостные — это жанры, где внимание целевой общественности сосредотачивается на событии, информация о котором излагается от имени конкретного лица; тексты этих жанров оказываются мнимо подписанными первым (должностным) лицом базисного PR-субъекта и (или) распространяются от его лица.

### **Комбинированные PR-тексты**

Комбинированные тексты — это совокупность представленных целевой общественности в виде собранных вместе механически (пресс-кит) или полиграфически (буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер, листовка) простых первичных текстов, объединенных общей тематикой (новостным поводом). Для комбинированного текста основным является признак тематического единства. Данные тексты могут содержать также иконические материалы (фотографии, графики, схемы, рисунки и под.), тексты смежных коммуникационных форм (журналистские и рекламные).

### **Медиатексты**

Медиатексты — это PR-тексты, исходящие по инициативе базисного субъекта PR, подготовленные сотрудниками PR-структур или самими журналистами, распространяемые исключительно через печатные органы средств массовой информации. В отличие от журналистского текста, социальная информация о базисном субъекте PR инициируется самим базисным субъектом и опосредуется через СМИ по инициативе данного конкретного базисного субъекта PR.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75579.html>
2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/438737>

### Дополнительная:

1. Минаева Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"/Л. В. Минаева.-Москва:Аспект Пресс,2010, ISBN 978-5-7567-0585-0.-287.
2. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-9729-0210-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/78250>



## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

[www.studmed.ru/view/krivonosov-ad-pr-tekst-v-sisteme-publicnyh-kommunikacij\\_d3d4e9d0057.html](http://www.studmed.ru/view/krivonosov-ad-pr-tekst-v-sisteme-publicnyh-kommunikacij_d3d4e9d0057.html)

Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. — 2-е изд., доп. — СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2002.

[http://www.studmed.ru/danilina-vv-lukanina-mv-minaeva-lv-salieva-lk-svyazi-s-obschestvennostyu-sostavlenie-dokumentov-teoriya-i-praktika\\_518a8adb6af.html](http://www.studmed.ru/danilina-vv-lukanina-mv-minaeva-lv-salieva-lk-svyazi-s-obschestvennostyu-sostavlenie-dokumentov-teoriya-i-praktika_518a8adb6af.html) Данилина В.В., Луканина М.В., Минаева Л.В., Салиева Л.К. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Создание PR-текста** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий).

Доступ в режиме on-line в электронную библиотечную систему (ЭБС).

Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для проведения лекционных занятий, занятий семинарского типа, групповой работы и текущего контроля предусматривается аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы предусматривается аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Создание PR-текста**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и  
критерии их оценивания**

<b>Компетенция</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<p><b>ПК.12</b> способность описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных, социальных и экономических наук для решения задач в профессиональной деятельности</p>	<p>знать основы рекламной и PR-деятельности в медиа (содержательный, правовой и экономический аспекты), уметь технологией текстового и внетекстового продвижения в медиа, владеть навыками создания эффективного PR-текста</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b> не знает основы рекламной и PR-деятельности в медиа (содержательный, правовой и экономический аспекты), не умеет технологией текстового и внетекстового продвижения в медиа, не владеет навыками создания эффективного PR-текста</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b> удовлетворительно знает основы рекламной и PR-деятельности в медиа (содержательный, правовой и экономический аспекты), удовлетворительно умеет технологией текстового и внетекстового продвижения в медиа, удовлетворительно владеет навыками создания эффективного PR-текста</p> <p align="center"><b>Хорошо</b> хорошо знает основы рекламной и PR-деятельности в медиа (содержательный, правовой и экономический аспекты), хорошо умеет технологией текстового и внетекстового продвижения в медиа, хорошо владеет навыками создания эффективного PR-текста</p> <p align="center"><b>Отлично</b> отлично знает основы рекламной и PR-деятельности в медиа (содержательный, правовой и экономический аспекты), отлично умеет технологией текстового и внетекстового продвижения в медиа, отлично владеет навыками создания эффективного PR-текста</p>
<p><b>ПК.9</b> уметь конструировать убеждающие истории для рекламных</p>	<p>Знать технологии конструирования убеждающих текстов, уметь конструировать убеждающие тексты, владеть</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b> Не знает технологии конструирования убеждающих текстов, не умеет конструировать убеждающие тексты, не</p>

<b>Компетенция</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
материалов и PR-материалов	навыком создания рекламных материалов и PR-материалов, содержащих такие тексты.	<p><b>Неудовлетворител</b> владеет навыком создания рекламных материалов и PR-материалов, содержащих такие тексты.</p> <p><b>Удовлетворительн</b> Знает технологии конструирования убеждающих текстов, не умеет конструировать убеждающие тексты, не владеет навыком создания рекламных материалов и PR-материалов, содержащих такие тексты.</p> <p><b>Хорошо</b> Знает технологии конструирования убеждающих текстов, умеет конструировать убеждающие тексты, не владеет навыком создания рекламных материалов и PR-материалов, содержащих такие тексты.</p> <p><b>Отлично</b> Знает технологии конструирования убеждающих текстов, умеет конструировать убеждающие тексты, владеет навыком создания рекламных материалов и PR-материалов, содержащих такие тексты.</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : 8563

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 44 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 44 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>ПК.9</b> уметь конструировать убеждающие истории для рекламных материалов и PR-материалов	Пресс-релиз.Приглашение для разных групп общественности <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знание основных функций новостных PR-текстов. Умение составлять логичный и корректно оформленный текст пресс-релиза. Владение технологиями создания эффективного пресс-релиза
<b>ПК.12</b> способность описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных, социальных и экономических наук для решения задач в профессиональной деятельности	Исследовательские жанры <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	знание основных функций заявления для СМИ. умение составить логичный и корректно оформленный текст заявления для СМИ, владение технологиями оформления эффективного заявления для СМИ

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p><b>ПК.9</b> уметь конструировать убеждающие истории для рекламных материалов и PR-материалов</p> <p><b>ПК.12</b> способность описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных, социальных и экономических наук для решения задач в профессиональной деятельности</p>	<p>Комбинированные PR-тексты</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знать основы теории комбинированных PR-текстов. Уметь составить и написать эффективный комбинированный PR-текст. Владеть навыками анализа и составления комбинированных текстов разных жанров (пресс-кита, буклета, проспекта, брошюры, ньюслеттера, политической листовки).</p>
<p><b>ПК.9</b> уметь конструировать убеждающие истории для рекламных материалов и PR-материалов</p> <p><b>ПК.12</b> способность описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных, социальных и экономических наук для решения задач в профессиональной деятельности</p>	<p>Медиатексты</p> <p><b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знание основных функций медиатекстов. Умение анализировать и составлять медиатексты разных жанров (имиджевой статьи, имиджевого интервью, кейс-стори). Владение основными технологиями создания качественного медиатекста</p>

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Пресс-релиз. Приглашение для разных групп общественности

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **25**

Проходной балл: **11**

Показатели оценивания	Баллы
Отражение значимого новостного повода в пресс-релизе	5
Речевое оформление пресс-релиза	5
Логичность построения компонентов пресс-релиза	5
Соответствие содержания и композиции пресс-релиза.	5
Особенности дизайнерского оформления пресс-релиза	5
За ошибки снимается один балл.	

	-1

### **Исследовательские жанры**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **25**

Проходной балл: **11**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Речевое оформление текста заявления для СМИ (	5
Композиция текста заявления для СМИ (	5
Соответствие содержания и формы текста заявления для СМИ (	5
Логичность построения текста заявления для СМИ (	5
Позиционирование PR-субъекта	5
За ошибки снимается один балл.	-1

### **Комбинированные PR-тексты**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **25**

Проходной балл: **11**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Особенности дизайна и композиции комбинированного текста	10
Содержательные особенности комбинированного текста	10
Языковые особенности комбинированного текста	5
За ошибки снимается один балл.	-1

### **Медиатексты**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **25**

Проходной балл: **11**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Использование коммуникативных стратегий и тактик, риторических приемов в создании медиатекста	5
Языковые и стилистические особенности медиатекста	5
Композиционная структура медиатекста	5
Содержательные особенности медиатекста	5
Особенности дизайна медиатекста	5
За ошибки снимается один балл.	-1