

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«PR-тексты в структуре медиакоммуникаций»

Направление подготовки: 42.04.05 «Медиакоммуникации»

Направленность (профиль): «Пресс-служба в системе медиакоммуникаций»

Квалификация выпускника: **магистр**

Форма обучения: **очная**

Москва

Разработчик (и):

Селезнева Л.В., доктор филологических наук, профессор кафедры РСиМК;

Рецензенты:

Шаклеин В.М., доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой русского языка и методики его преподавания ФГБОУ ВО «Российский государственный университет дружбы народов»

Бугаева И.В., доктор филологических наук, профессор, Российский гос. университет им. А.Н. Косыгина

1. Цель освоения дисциплины

Цель преподавания данной учебной дисциплины – знакомство со спецификой PR-коммуникации, формирование и совершенствование навыков создания и редактирования PR-текстов, выявление функций данных текстов в системе массовой коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки **42.04.05 «Медиакоммуникации»**, направленность (профиль) «Пресс-служба в системе медиакоммуникаций» дисциплина Б1.О.07.01 **«PR-тексты в структуре медиакоммуникаций»** относится к обязательной части образовательной программы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	разные типы перевода академического текста с иностранного (-ых) на государственный язык в профессиональных целях	применять результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные; использовать сеть интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации; выполнять письменный перевод и редактировать различные академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т.д.)	жанрами письменной и устной коммуникации в академической сфере, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия; интегративными умениями, необходимыми для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях

ПК-1. Способен организовывать и координировать работу пресс-службы организации, производство и продвижение медиатекстов и медиапродуктов с учетом правовых и этических норм и потребностей аудитории	ПК-1.1. Владеет основами действующего законодательства в сфере медиа, оценивает медиа- и информационные продукты с точки зрения правовых и этических норм, обеспечивает соблюдение этих норм.	Правовые и этические нормы для оценки медиа- и информационных продуктов ; методы эффективного планирования времени; эффективные способы самообучения и критерии оценки успешности личности .	определять задачи саморазвития и профессионального роста, распределять их на долго- средне- и краткосрочные с обоснованием их актуальности и определением необходимых ресурсов; планировать свою жизнедеятельность на период обучения в образовательной организации; анализировать и оценивать собственные силы и возможности; выбирать конструктивные стратегии личностного развития на основе принципов образования и самообразования.	приемами целеполагания, планирования, реализации необходимых видов деятельности; приемами оценки и самооценки результатов деятельности по решению профессиональных задач; инструментами и методами управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.
ПК-2 Способен готовить материалы на актуальную тему для различных информационных ресурсов, готовить тексты для публичных выступлений, выступать публично на различных мероприятиях	ПК-2.2. Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	основные характеристики текста, технологии создания текста в основных фактурах речи, родах и видах словесности, типах медиакommunikации.	варьировать выбор языковых средств в соответствии с ситуацией общения; использовать законы, правила и приемы эффективного общения; пользоваться специальной лексикой, соответствующей определенному функциональному стилю речи.	навыками создания материалов разных видов и жанров для различных информационных ресурсов.
	ПК- 2.3. Владеет навыками корректного использования выразительных средств, спичрайтинга, устных публичных выступлений, подготовки презентаций	Средства выразительности (тропы и риторические фигуры), законы публичного выступления, способы создания презентаций..	составлять текст как для письменной, так и для устной речи, готовить презентации.	навыками спичрайтинга, подготовки презентаций.

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	очная форма обучения
	1 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	2
Количество часов по учебному Плану (час.)	72
Контактная работа (всего)	36
В том числе:	
Лекции (Л)	16
Практические занятия (ПЗ)	16
Лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (всего)	38
Контроль	2
Вид промежуточной аттестации – _____	зачет

4.2. Структура и содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов дисциплины	Количество часов по учебному плану			Контактная работа (часы), из них									Самостоятельная работа			Формы текущего контроля успеваемости		
				Лекции			Практические занятия			Лабораторные работы								
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1. Связи с общественностью в современном информационном пространстве. Определение понятия «связи с общественностью». Активизация слов–наименований данной области в русской речи. Особенности отечественного PR. Журналистика – связи с общественностью – реклама: взаимосвязь и дифференциация.	13			3			3						7			УО КД		
2. Характеристика PR-текстов Конститутивные характеристики «текста». Особенность PR-текста. Коммуникативно-стилистическая характеристика PR-текста. Определение PR-текста. PR-текст как результат коммуникативно речевого взаимодействия автора и адресата. Понятие публицитного капитала.	13			3			3						7			УО КД		
3. Жанры PR-текста Основные жанры в сфере связей с общественностью. Особенности выделения жанров по А.Д. Крисоносову, Л. Балахонской, Параметрическая модель PR-дискурса	12			2			2						8			УО ТР Т		

Селезневой Л.В.																		
4. Новостной и представительский блоки текстов. Пресс-релиз и IR-релиза: характеристика и особенности .Бекграундер, миссия, видение, биография. PR-текст в социальных сетях. PR-медиатексты и смежные PR-тексты.	16			4			4						8			УО Э		
5. Дискурсивная тональность как характеристика имиджа корпорации: оценка и средства ее реализации. Категория оценки в процессе формирования дискурсивной тональности PR-дискурса. Особенности оценки в PR-дискурсе. Средства и способы языковой актуализации оценки в PRдискурсе. Актуализация общей оценки в PR-дискурсе. Актуализация частной оценки в PR-дискурсе. Идеализированная модель корпорации в PR-дискурсе и ее роль в формировании имиджа.	16			4			4						8			УО КД Т		
Итого:	70			16			16						38			2		

Примечание:

Условные обозначения форм контроля:

УО – устный опрос, КР – контрольная работа, Т – тест, ТР – творческая работа, КД – краткий доклад, Э – эссе

5. Образовательные технологии

В преподавании дисциплины «PR-тексты в структуре медиакommunikаций» используются разнообразные образовательные технологии, в том числе:

лекции, практические занятия, дискуссии, выступления с докладами и сообщениями, ораторский тренинг, написание домашних речей-заготовок и т.п.)

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих *написание ораторских речей, подготовку презентаций, докладов, рефератов, эссе, и т.п.).*

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

6.1. Нормативные документы

1. Положение о сертификации в области связей с общественностью [Электронный ресурс]. URL: <http://www.raso.ru/pro/certification>
2. Постановление №59 «О внесении дополнений в классификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» от 28 июля 2003 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_84009.html
3. Римская хартия. Международная профессиональная хартия ICO// Советник – 1999 - №5 – с. 24 – 25
4. 102. Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по связям с общественностью [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sovetnik.ru>
5. 103. Хартия «Политические консультанты за честные выборы» // Советник – 1999. - №8 –с. 7

6.2. Основная литература:

1. Балахонская, Л. В. PR-текст: структура, содержание, оформление / Л. В. Балахонская. — СПб.: Свое издательство, 2015. — 198 с.
2. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учеб. пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2020. 159 с.

6.3. Дополнительная литература:

1. Балахонская, Л.В. Питч как текст бизнес-PR: коммуникативно-прагматический аспект. Медиалингвистика, 8 (3). 2021. С. 273–286. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2021.306>
2. Балахонская Л. В., Быков И. А. Специфика PR-текстов в сети Интернет: коммуникативно-прагматический аспект // Научный вестник Воронеж. гос. арх.-строит. ун-та. Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2014. Вып. 2(22). С. 41–59.
3. Визуальный контент современного PR-текста [Электронный ресурс]// «Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2017. Режим доступа: URL:<http://www.mediascope.ru/node/1412> (дата обращения: 29.01.2018).
4. Жилина А.В. Пресс-релиз в оптике синтетической теории эволюции // Коммуникативные исследования. 2024. Т. 11. № 1. С. 7–20. DOI: 10.24147/2413-6182.2024.11(1).7-20.
5. Задачник по PR: практикум / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др./под ред. Щекиной И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 146 с.
6. Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии, 2015. № 1. С. 195–201.
7. Китова Е. Б. Общение в интернет-среде и «универсальный язык» эмодзи // Журнал «Вопросы теории и практики журналистики». 2016. С. 654–664.
8. Киуру К. В. Новые жанры текста в социальных медиа // Материалы IV Междунар. научно-практической конф. Самара. 2015. С. 46–51.

9. Клушина Н.И., Люликова А.В., Николаева А.В., Селезнева Л.В. Динамика коммуникативных норм в современной русской речи// Филология и человек. 2018. № 3. С. 58-77.
10. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб, 2001. 254 с.
11. Кузьмина Е.В. Работа с PR-текстами : учебное пособие / Е.В. Кузьмина. –Ульяновск : УлГУ, 2020. – 48 с.
12. Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход [Электронный ресурс], Медиаскоп, 2017. Режим доступа: URL: [http:// mediascope.ru/node/1254#24](http://mediascope.ru/node/1254#24) (дата обращения: 01.02.2018).
13. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшенз, или Как успешно управлять общественным мнением. –М.: Центр, - 2004. - 336 с.
14. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшенз для профессионалов. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер». –2005. – 640 с.
15. Рафиков А.И. Рекламные и PR-коммуникации: критерии разграничения // Медиаскоп. 2021. Вып. 1. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2696>
16. Российская пиарология: тренды и драйверы. Вып. 14 : сборник научных трудов в честь профессора В.Н. Степанова / под ред. А.Д. Кривоносова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2022. –82 с.// https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47960169_75457589.pdf
17. Селезнева Л.В. Параметрическая модель PR-дискурса: прагматика, семантика, аксиология. М.: Флинта, 2019. 312 с.
18. Селезнева Л.В. Параметрическая модель PR-дискурса как матрица медалингвистики// Борисова Е.Г., Васильченко М.А., Гудков Д.Б., Ицкович Т.В., Карасик В.И., Клушина Н.И., Москвин В.П., Николаева А.В., Селезнева Л.В., Тошович Б., Чернейко Л.О., Широкова Е.Г. Медиалингвистика в современной научной парадигме. Коллективная монография. М., 2024. С. 223 - 240
19. Селезнева Л.В. PR-текст как актуальный прагматически ориентированный текст// Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 4. С. 130-133.
20. Селезнева Л.В. Способы актуализации оценки в PR-текстах// Динамика языковых и культурных процессов в современной России. 2016. № 5. С. 478-482.
21. Селезнева Л.В., Жукова А.Г. Позиционирование в PR-дискурсе: позиция и точка зрения// Верхневолжский филологический вестник. 2022. № 2 (29). С. 61-70.
22. Селезнева Л.В., Кихтан В.В. Связи с общественностью в современном информационном пространстве. Ростов – на-Дону: Ростовский государственный экономический университет "РИНХ", 2013. – с. 141 с.
23. Симакова С. И. Клиповизация мышления у молодежи как следствие развитий визуальных коммуникаций в СМИ. // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. С. 107–118.
24. Сурмий Д. Ю. Выстраивание коммуникации ГУ МВД России по Московской области с пользователями социальных сетей // Успехи современной науки. 2015. № 2. С. 107–109.
25. Трофименко Е. Ю., Чернышева Е. В. Использование социальных сетей в коммуникационной политике организации. // Вестник ЮжноУральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2013. С. 133–137.
26. Хавторина Ю. В. «Интернет-мемы» в рекламе: способ создания универсального кросскультурного языка или причина деградации? // Экономические и социально-гуманитарные исследования № 2 (14) 2017. С. 116–120.
27. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 240 с.
28. Шишкин Д.П. История PR в России: проблемы периодизации // Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып.2 : Сб.статей / Отв. ред. А.Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2004. – с. 143 -150

6.4. Словари и справочники:

1. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник Под общ. рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. - 2-е изд., испр. - Москва: Флинта: Наука, 2007. - 837, [1] с.
2. Политология : Энциклопедический словарь / Общ. ред и сост. Ю.И. Аверьянов. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. – 431 с.
3. Энциклопедия паблик рилейшенз /Научный руководитель проекта Т. Лебедева. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», 2009.
4. Эффективное общение (Базовые компетенции). Красноярск, СФУ, 2014.

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность (свободный доступ / ограниченный доступ)
Информационно-справочные системы		
Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)	http://www.raso.ru/about	Свободный доступ
Российский отраслевой портал работников индустрии праздников и специальных событий	http://www.event-forum	Свободный доступ
Портал «Слово»	https://portal-slovo.ru	Свободный доступ
Электронный научный журнал «Медиаскоп» факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова	http://www.mediascope.ru	Свободный доступ
Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ»	www.biblio-online.ru	Свободный доступ для обучающихся в Институте
Библиографические базы данных по общественным наукам ИНИОН	http://inion.ru/	Свободный доступ

6.6. Содержание самостоятельной работы

Раздел 1. Связи с общественностью в современном информационном пространстве

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Определите понятие «связи с общественностью».
2. Особенности отечественного PR.
3. Журналистика – связи с общественностью – реклама: взаимосвязь и дифференциация.

Задания для самостоятельной работы:

Прочитайте статью Тулупова В. В. Журналистика – связи с общественностью – реклама: теория и современные практики// Российская пиарология: тренды и драйверы. Вып. 14 : сборник научных трудов в честь профессора В.Н. Степанова / под ред. А.Д. Кривоносова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2022. С. 56 - 60

Раздел 2. Характеристика PR-текстов

Вопросы для самостоятельной работы:

Конститутивные характеристики «текста». Особенность PR-текста.

Коммуникативно-стилистическая характеристика PR-текста.

Определение PR-текста. PR-текст

как результат коммуникативно

речевого взаимодействия автора и

адресата. Понятие публичного капитала.

Задания для самостоятельной работы:

1. Прочитайте соответствующие разделы учебной литературы.
2. Подготовьте Ю.В. Рождественского «Теория риторики» о семантических действиях в рекламе.
3. Подготовьте презентацию: Семантические действия в современной рекламе

Раздел 3. Жанры PR-текста

Вопросы для самостоятельной работы:

Основные жанры в сфере связей с общественностью. Особенности выделения жанров по А.Д. Кривоносову, Л. Балахонской, Параметрическая модель PR-дискурса Селезневой Л.В.

Задания для самостоятельной работы:

1. Прочитайте соответствующие разделы учебной литературы.
2. Подготовьте доклад/сообщение по предложенным темам.

Раздел 4. Новостной и представительский блоки текстов

Вопросы для самостоятельной работы:

Пресс-релиз и IR-релиза: характеристика и особенности .Бекграундер, миссия, видение, биография. PR-текст в социальных сетях. PR-медиатексты и смежные PR-тексты.

Задания для самостоятельной работы:

1. Прочитайте соответствующие разделы учебной литературы.
2. Выполните контрольную работу.

Раздел 5. Дискурсивная тональность как характеристика имиджа корпорации: оценка и средства ее реализации

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Дайте характеристику категории оценки.
2. Особенности оценки в PR-дискурсе.
3. Какие используются средства и способы языковой актуализации оценки в PR-дискурсе.
4. Задания для самостоятельной работы:
 - 1) Проанализируйте тексты на корпоративных сайтах компаний, определите, какие виды оценок используют.

7. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости учитывает следующие виды текущей аттестации: выполнение обучающимся всех видов контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины, и самостоятельную работу обучающегося. Все формы текущего контроля и активность участия студентов в практических и (или) лабораторных занятиях, критерии их оценивания представлены в рабочей программе дисциплины и фонде оценочных материалов (Приложение 2).

7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов

1. Характеристика основных интернет-площадок, на которых можно размещать PR-тексты.
2. Проблема определения понятия «PR-текст».
3. Проблема жанровой типологии PR-текстов.
4. Специфика PR-текстов в Интернете.
5. Возможности интернет-текстов в PR-коммуникации.
6. Интернет-платформы для размещения и распространения электронных PR-текстов.
7. Эволюция PR-текстов в Интернете.
8. Жанры электронных PR-текстов.
9. Электронные PR-тексты в социальных сетях (на примере госпабликов).
10. Базисные первичные простые PR-тексты.
11. PR-тексты оперативно-новостных жанров.
12. Пресс-релиз, интернет-релиз, социомедиарелиз и информационное письмо.
13. Письмо-приглашение : характеристики и особенности.
14. PR-тексты исследовательско-новостных жанров.
15. Характеристика бэкграундера (на примере конкретной организации).
16. Лист вопросов-ответов (на примере конкретной организации).
17. Аналитическая справка (аналитическая записка)
18. PR-тексты фактологических жанров
19. Факт-лист (на примере конкретной организации).
20. Биография (на примере конкретной организации).
21. PR-тексты исследовательских жанров
22. Заявление для СМИ и коммюнике (на примере конкретной организации).
23. PR-тексты образно-новостных жанров
24. Байлайнер (на примере конкретной организации).
25. Поздравление (на примере конкретной организации).
26. PR-медиатексты и смежные PR-тексты. Фотография как PR-текст.
27. Имиджевая статья, имиджевое интервью и кейс-стори как виды PR-медиатекстов.
28. Комбинированные PR-тексты
29. Корпоративное издание (на примере конкретной организации).
30. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит
31. Воздействие мемов на Интернет-пользователей.
32. Питч как текст бизнес-PR: коммуникативно-прагматический аспект.

Критерии оценки доклада

Критерии	Показатели
----------	------------

Умение анализировать материал	-умение формулировать проблему исследования; -выдвигать корректные гипотезы; -умение намечать пути исследования; -умение отбирать материал; -умение сравнивать материал -умение верифицировать выводы; -умение обобщать, делать выводы; -умение сопоставлять различные точки зрения; -умение выстраивать убедительные логичные доказательства
Навыки публичного выступления на практическом занятии, создавать и использовать презентации	-четкий план доклада; -научный стиль изложения; -достаточность обоснования; -умение заинтересовать аудиторию; -подбор и атрибуирование видеоматериалов; -построение видеоряда соответственно ходу рассуждений; -резюмирование промежуточных и окончательных решений

Шкала оценивания доклада (в баллах):

– 5 баллов выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к написанию доклада: тема раскрыта полностью, сформулированы выводы, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

– 4 балла выставляется обучающемуся, если основные требования к докладу выполнены, но при этом недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объем доклада, имеются упущения в оформлении, на дополнительные вопросы даны неполные ответы;

– 3-2 балла выставляется обучающемуся, если имеются существенные отступления от требований к оформлению доклада: тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы (или не смог ответить на дополнительные вопросы), отсутствует вывод.

– 1-0 балл выставляется обучающемуся, если он не смог раскрыть тему доклада, обнаруживается существенное непонимание проблемы, не ответил на дополнительные вопросы либо доклад не представлен.

7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе

Примерная тематика эссе:

1. Какие тексты в социальных сетях и блогах можно считать PR-текстами?
2. Назовите причины эволюции современных PR-текстов по сравнению с традиционными.
3. Укажите, чем отличаются электронные PR-тексты от традиционных.
4. Прокомментируйте признак интерактивности PR-текста в Интернете.
5. Объясните, что такое гипертекстуальность.
6. Укажите модели гипертекстовых переходов и приведите примеры этих моделей в электронных PR-текстах.
7. Для чего нужны ключевые слова в интернет-текстах? Объясните значения терминов «SEO-копирайтинг» и «рерайтинг».
8. Прокомментируйте роль визуального компонента PR-текстов в Сети.
9. Что такое жанровый полиморфизм текста? Приведите примеры

10. этого явления из PR-коммуникации.
11. Всегда ли, по вашему мнению, PR-текст в Интернете должен быть креативным? Приведите удачные и неудачные примеры креатива.
12. Какие новые жанры PR-текстов появились в Интернете?
13. Роль электронных PR-текстов в социальных сетях.
14. Есть ли различия между PR-текстами, размещенными в социальных сетях, и PR-текстами, размещенными в блогах? В чем они заключаются?
15. На конкретных примерах дайте сравнительную характеристику
16. PR-текстам, размещенным на корпоративных сайтах компаний, в социальных сетях и в блогах. Чем различаются данные тексты?
17. Приведите примеры речевой раскрепощенности в PR-текстах, функционирующих в Интернете. Насколько оправдано подобное речевое поведение участников PR-коммуникации?

Критерии оценки эссе

Критерии	Показатели
Актуальность проблемы и ее понимание автором	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений
Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме эссе; - соответствие содержания теме и плану эссе; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу; - аргументировать основные положения и выводы
Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования источников по проблеме
Соблюдение требований к оформлению	- насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; - оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; - соблюдение требований к оформлению и объему реферата

Шкала оценивания эссе (в баллах):

– 5 баллов выставляется обучающемуся, если тема эссе полностью раскрыта, материал изложен логично и имеет самостоятельный характер, сделаны выводы и обобщения, отсутствуют фактические ошибки, список источников подобран правильно;

– 4 балла выставляется обучающемуся, если достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее, логическое и последовательное изложение текста работы, обнаруживаются хорошие знания литературного материала, и других источников по теме эссе, умение делать выводы и обобщения, логическое и последовательное изложение текста работы, имеются единичные фактические неточности;

– 3-2 балла выставляется обучающемуся, если тема эссе в основном или частично раскрыта, дан верный, но односторонний или недостаточно полный ответ на тему, материал изложен непоследовательно, допущены отдельные ошибки в изложении фактического материала, обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения, список источников подобран правильно;

– 1-0 балл выставляется обучающемуся, если тема эссе не раскрыта, материал изложен непоследовательно и состоит из путаного пересказа отдельных событий, без вывода и обобщений, имеются многочисленные (60-100%) заимствования текста из других источников, наличие грубых речевых ошибок, список источников является неполным либо работа не представлена.

7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов

Не предусмотрен.

7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ

Не предусмотрен

7.1.5. Требования к выполнению теста

1. Какое значение имеет коммуникация в связи с общественностью?

- 1) установление долгосрочных отношений с клиентами
- 2) управление репутацией компании
- 3) повышение узнаваемости бренда
- 4) все перечисленные варианты

Ответ: 4

2. Что такое медиа-мониторинг?

- 1) оценка эффективности рекламных кампаний
- 2) анализ сообщений в СМИ о компании
- 3) исследование предпочтений потребителей
- 4) сбор информации о конкурентах

Ответ: 2.

Критерии и шкала оценивания теста

Критерии	Показатели
Оформление теста 1 балл	- фамилия, имя, отчество студента; - курс, учебная группа; - название учебного курса; - соблюдение требований к оформлению письменной работы; - грамотность: отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей.
Степень раскрытия поставленных в тесте вопросов и заданий 20 баллов	- умение работать с тестом; - правильность ответов; - краткость и четкость ответов; - точность ответа на поставленный вопрос. - владение материалом и умение выбрать из него то, что раскрывает вопрос.

7.1.6. Требования к подготовке проекта

Не предусмотрен.

7.1.7. Требования к подготовке курсовой работы *(для ОПОП бакалавриата)*

Не предусмотрен.

7.2. Промежуточная аттестация

7.2.1. Оценивание результатов освоения образовательной программы в части дисциплин (модулей), практик

Результаты освоения дисциплины оцениваются по шкале зачтено, не зачтено (зачет).

Текущий контроль, промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с локальным нормативным актом Института.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

7.2.2. Примерные вопросы для подготовки к зачету (экзамену):

1. Определите понятие «связи с общественностью». Журналистика – связи с общественностью – реклама: взаимосвязь и различия.
2. Конститутивные характеристики «текста».
3. Особенность PR-текста и его отличие от журналистского и рекламного текстов.
4. Коммуникативно-стилистическая характеристика PR-текста.
5. PR-текст как результат коммуникативно речевого взаимодействия автора и адресата.
6. Паблицитный капитал: определение, примеры.
7. Жанровая дифференциация PR-текстов.
8. Базисные первичные простые PR-тексты.
9. PR-тексты оперативно-новостных жанров.
10. Пресс-релиз, интернет-релиз, социомедиа-релиз и информационное письмо.
11. Пресс-релиз. Особенности содержания и использования в связях с общественностью.
12. Структурно-композиционные особенности пресс-релиза.
13. Характеристика исследовательско-новостных жанров (бекграундер, лист вопросов-ответов, имиджевое интервью).
14. Бэкграундер, его виды и структурные части.
15. Имиджевый текст: имиджевая статья и имиджевое интервью.
16. Пресс-кит как информационный пакет для прессы.
17. Особенности фактологических жанров (факт-лист, биография).
18. Биография: структура, особенности стиля.
19. Образно-новостные жанры (байлайнер, поздравление).
20. Байлайнер как разновидность статьи в PR. Виды байлайнеров.

21. Жанры для прессы. Структура заявления для СМИ.

22. Дискурсивная тональность как характеристика имиджа корпорации: оценка и средства ее реализации

7.2.3. Примерное задание к зачету (экзамену):

Не предусмотрено.

7.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Код и наименование компетенции. Код ИДК	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
		«не зачтено»	«зачтено»		
ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать разные типы перевода академического текста с иностранного (-ых) на государственный язык в профессиональных целях	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	Уметь применять результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные; использовать сеть интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации; выполнять письменный перевод и редактировать различные академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т.д.)	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	Владеть жанрами письменной и устной коммуникации в академической сфере, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия; интегративными умениями, необходимыми для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
ПК-1.1. Владеет основами действующего законодательства в сфере медиа, оценивает медиа- и информационные продукты с точки зрения правовых и этических норм, обеспечивает	Знать правовые и этические нормы для оценки медиа- и информационных продуктов; методы эффективного планирования времени; эффективные способы	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».

соблюдение этих норм.	самообучения и критерии оценки успешности личности.		которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	категория сформирована на уровне «хорошо».	
	Уметь определять задачи саморазвития и профессионального роста, распределять их на долго- средне- и краткосрочные с обоснованием их актуальности и определением необходимых ресурсов; планировать свою жизнедеятельность на период обучения в образовательной организации; анализировать и оценивать собственные силы и возможности; выбирать конструктивные стратегии личностного развития на основе принципов образования и самообразования	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	Владеть механизмами сеть приемами целеполагания, планирования, реализации необходимых видов деятельности; приемами оценки и самооценки результатов деятельности по решению профессиональных задач; инструментами и методами управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей.	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
ПК-2.2. Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики.	Знать основные характеристики текста, технологии создания текста в основных фактурах речи, родах и видах словесности, типах медиакommunikации.	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	Уметь варьировать выбор языковых средств в соответствии с ситуацией общения; использовать законы, правила и приемы эффективного общения; пользоваться специальной лексикой, соответствующей определенному функциональному стилю речи	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».

			«удовлетворительно»		
	Владеть навыками создания материалов разных видов и жанров для различных информационных ресурсов.	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
ПК-2.3. Владеет навыками корректного использования выразительных средств, спичрайтинга, устных публичных выступлений, подготовки презентаций	Знать средства выразительности (тропы и риторические фигуры), законы публичного выступления, способы создания презентаций..	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	Уметь составлять текст как для письменной, так и для устной речи, готовить презентации.	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	Владеть навыками составления текста как для письменной, так и для устной речи, готовить презентации.	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
		Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно». Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещение для проведения занятий лекционного типа укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

Институт обеспечен следующим необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Microsoft Windows 10,
2. Microsoft Office 2016 стандартная,
3. Big Blue Button.

