

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан

социально-гуманитарного факультета

(наименование факультета)

И.В. Цевелева И.В. Цевелева

(подпись, ФИО)

«29» *И.В. Цевелева* 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Мастер-класс "Тексты в связях с общественностью"

Направление подготовки	42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2021
Форма обучения	очная
Технология обучения	традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
2	4	3

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет	ИК

Комсомольск-на-Амуре 2021

Разработчик рабочей программы:


доцент, к. полит. н., доцент
(должность, степень, ученое звание)


(подпись)

Новиков Д.В.
(ФИО)


СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой
«История и культурология»
(наименование кафедры)


(подпись)

Петрунина Ж.В.
(ФИО)

Заведующий выпускающей
кафедрой¹
(наименование кафедры)


(подпись)


(ФИО)

¹ Согласовывается, если РПД разработана не на выпускающей кафедре.

1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Мастер-класс "Тексты в связях с общественностью"» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

Практическая подготовка реализуется на основе:

Профессиональный стандарт [Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации». Обобщенная трудовая функция: В. Организация продвижения продукции СМИ], ПС 06.009, ТФ 3.2.2, разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ.

Задачи дисциплины	-сформировать у обучающихся знания особенностей подготовки PR-текстов; -сформировать у обучающихся знания приемов подготовки PR-текстов; -сформировать у обучающихся знания жанров и видов PR-текста; -способствовать развитию у обучающихся умений и навыков подготовки PR-текстов.
Основные разделы / темы дисциплины	1. Структура и содержание PR-текста 2. Жанры и виды PR-текста 3. Языковое манипулирование в связях с общественностью

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Мастер-класс "Тексты в связях с общественностью"» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
Общепрофессиональные		
ОПК-1Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами	ОПК-1.1. Знает особенности и правила подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью ОПК-1.2. Умеет самостоятельно, в соответ-	Знать основы и правила подготовки PR текстов Знать визуальные и композиционные особенности рекламных текстов Уметь самостоятельно готовить PR тексты (рекламные слоганы, рекламные объявления, рекламные плакаты, рекламные баннеры и т.д.)

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>ствии с формальными и содержательными требованиями, создавать тексты различных видов и жанров ОПК-1.3.</p> <p>Владеет навыками подготовки конкретных текстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Уметь самостоятельно использовать в профессиональной деятельности визуальные и композиционные правила подготовки PR текстов</p> <p>Владеть навыками самостоятельного написания и подготовки различных PR текстов (рекламных слоганов, рекламных объявлений, PR плакатов, PR баннеров и т.д.)</p> <p>Владеть навыками самостоятельного использования в профессиональной деятельности визуальные и композиционные правила подготовки PR текстов</p> <p>Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p>
Профессиональные		

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс "Тексты в связях с общественностью"» изучается на 2 курсе(ах) в 4 семестре(ах).

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательной части.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин / практик: Риторика, Мастер-класс «Тексты в рекламе»

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Мастер-класс "Тексты в связях с общественностью"», будут востребованы при изучении последующих дисциплин, Журналистика, Учебная практика (профессионально-ознакомительная).

Дисциплина «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью» частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения - выполнения практических занятий, контрольных работ, иных видов учебной деятельности.

Входной контроль не проводится.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с

преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 з.е., 108 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	28
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками) в том числе часов практической подготовки	14 0
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия) в том числе часов практической подготовки	14: 8 часов практ. занятий
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	80
Промежуточная аттестация обучающихся – Зачет	0

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1 «Структура и содержание PR-текста»				

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
<p>Тема 1. Особенности и структурно-содержательные характеристики PR-текста. Композиция PR сообщения, функции составных частей. Вербальная и невербальная информация. Текст и иллюстрации. Оознавательные знаки в PR. Виды товарных знаков: торговая марка, торговое наименование, фирменная маркировка, марка услуги, фирменная символика, знак сертификации, корпоративный знак.</p>	4	-		15
<p>Тема 2. Слоганы и заголовки Ключевые фразы PR сообщения. Понятие слогана и заголовка. Основные различия слогана и заголовка. Заголовки и подзаголовки: их виды и функции в PR сообщении. Основные отличия заголовков в рекламных и редакционных материалах. Соотношение заголовка и иллюстрации. Соотношение заголовка и основного текста. Принципы создания заголовков. Наиболее эффективные информационные типы заголовков. Мотивация и ее отражение в заголовках и слоганах. PR аргументы и их использование в заголовках и слоганах. "Слепые" заголовки.</p>	4	2		16
Раздел 2 «Жанры и виды PR-текстов»				
<p>Тема 3. Жанры и виды PR-текста Понятие «жанр» в культуре и в теории журналистики. Жанрообразующие факторы. Трёхчастная типологическая модель PR жанров. Жанровая классификация Г.В. Лазутиной и С.С. Распоповой. Система журналистских жанров Л.Е. Кройчик. Жанровый потенциал информационного повода в журналистике. «Жанровое мышление» PR теории и практики. Видовая классификация рекламных текстов. Отечественное рекламоведение о жанрах. Технологические основы разработки PR продукта. Специфика информационного повода в PR.</p>	2	4*		15
Раздел 3 «Языковое манипулирование в связях с общественностью»				

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Тема 4. Манипулирование в связях с общественностью. Понятие «манипуляция». Признаки манипулирования. Приемы манипулирования.	2	4*		17
Тема 5. НЛП в текстах Имплицитная информация. Приемы НЛП в связях с общественностью. Языковые приемы НЛП (фокусы языка).	2	4		17
ИТОГО по дисциплине	14	14	-	80

*- реализуется в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	30
Подготовка к занятиям семинарского типа	30
Подготовка и оформление контрольной работы	20
	80

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1 Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: пособие/ П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и

К^о», 2015. — 260 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com/catalog.php> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Баранов, Д. Е. PR: теория и практика: учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Синергия, 2013. - 352 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com/catalog.php> (дата обращения 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1 Гордиенко, Т. В. Журналистика и редактирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.В. Гордиенко. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 176 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com/catalog.php> (дата обращения 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 173 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/474171> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3 Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 173 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/474171> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

1 Новиков, Д.В. Методические указания к написанию контрольных работ по дисциплине «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» (Размещение: СЭД «Альфреско).

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.

3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.

4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1 Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью: <https://www.raso.ru/>

2 Специализированный портал CreateBrand: <http://www.createbrand.ru/about/>

8.6 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиболее важному средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.

4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.4 Учебно-лабораторное оборудование

Таблица 6 – Перечень оборудования лаборатории

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование
Аудитория с выходом в Internet + локальное соединение	Учебная аудитория для занятий лекционного и семинарского типа (медиа)	компьютер; экран с проектором

10.5 Технические и электронные средства обучения

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором (стационарным или переносным) для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций.

Для реализации дисциплины подготовлены следующие презентации: «Манипуляции в текстах», «НЛП».

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);

- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);

- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹
по дисциплине

Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»

Направление подготовки	<i>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>«Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»</i>
Квалификация выпускника	<i>«бакалавр»</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>«2020»</i>
Форма обучения	<i>«очная»</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
2	4	3

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
<i>Зачет</i>	<i>Кафедра ИК - История и культурология</i>

¹ В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по дисциплине

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
Общепрофессиональные		
ОПК-1Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>ОПК-1.1. Знает особенности и правила подготовки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ОПК-1.2. Умеет самостоятельно, в соответствии с формальными и содержательными требованиями, создавать тексты различных видов и жанров</p> <p>ОПК-1.3. Владеет навыками подготовки конкретных текстов и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов, являющихся составляющими кампании в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать основы и правила подготовки PR текстов</p> <p>Знать визуальные и композиционные особенности рекламных текстов</p> <p>Уметь самостоятельно готовить PR тексты (рекламные слоганы, рекламные объявления, рекламные плакаты, рекламные баннеры и т.д.)</p> <p>Уметь самостоятельно использовать в профессиональной деятельности визуальные и композиционные правила подготовки PR текстов</p> <p>Владеть навыками самостоятельного написания и подготовки различных PR текстов (рекламных слоганов, рекламных объявлений, PR плакатов, PR баннеров и т.д.)</p> <p>Владеть навыками самостоятельного использования в профессиональной деятельности визуальные и композиционные правила подготовки PR текстов</p>
Профессиональные		

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
Структура и содержание PR-текста	ОПК-1	Тест	Общая сумма баллов, которая может быть получена за тест
<p>Особенности и структурно-содержательные характеристики PR-текста.</p> <p>Композиция PR сообщения, функции составных частей. Вербальная и невербальная информация. Текст и иллюстрации.</p> <p>Опознавательные знаки в PR. Виды товарных знаков: торговая марка, торговое наименование, фирменная маркировка, марка услуги, фирменная символика, знак сертификации, корпоративный знак.</p> <p>Ключевые фразы PR сообщения. Понятие слогана и заголовка. Основные различия слогана и заголовка. Заголовки и подзаголовки: их виды и функции в PR сообщении. Основные отличия заголовков в рекламных и редакционных материалах. Соотношение заголовка и иллюстрации. Соотношение заголовка и основного текста. Принципы создания заголовков. Наиболее эффективные информационные типы заголовков. Мотивация и ее отражение в заголовках и слоганах. PR аргументы и их использование в заголовках и сло-</p>	ОПК-1	Собеседование (опрос)	<ul style="list-style-type: none"> - глубина, прочность, систематичность знаний - адекватность применяемых знаний ситуации - рациональность используемых подходов - степень проявления необходимых профессионально значимых личностных качеств - степень значимости определенных ценностей - проявленное отношение к определенным объектам, ситуациям - умение поддерживать и активизировать беседу, корректное поведение
	ОПК-1	Контрольная работа - практическое задание	<ul style="list-style-type: none"> - способность анализировать и обобщать информацию; - способность синтезировать новую информацию; - способность делать обоснованные выводы на основе интерпретации информации, разъяснения; установление причинно-следственных связей, выявление закономерности; - наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуж-

<p>ганах. "Слепые" заголовки.</p>			<p>дения); - наличие четко определенной личной позиции по теме; - адекватность аргументов при обосновании личной позиции стиль изложения (использование профессиональных терминов, цитат, стилистическое построение фраз, и т.д.)</p>
-----------------------------------	--	--	--

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 5).

Таблица 5 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
4 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме зачета</i>				
1	Тест	Сессия	максимально возможная сумма 10 баллов	1 балл за каждый правильный ответ
2	Собеседование (опрос)	В течение семестра	3-5 баллов за каждую тему максимально возможная сумма 45 баллов	10 баллов студент обстоятельно с достаточной полнотой излагает содержание соответствующего вопроса, речь правильна, понятна, может обосновать свой ответ, привести примеры, правильно отвечает на дополнительные вопросы 4 балла дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и оценке «5», но допускаются единичные недочеты, которые он исправляет после замечания преподавателя 3 балла ответы обрывистые, нечеткие, речь сумбурна, отсутствуют аргументы, обоснования, не верно отвечает на дополнительные вопросы
3.1	Контрольная работа	10 неделя		30 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: глубокое и

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
			максимально возможная сумма 30 баллов	прочное усвоение программного материала, полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания, свободное владение материалом. 20 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний; владение необходимыми навыками при выполнении практических задач. 10 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе даются недостаточно правильные формулировки, нарушается последовательность в изложении программного материала, имеются затруднения в выполнении практических заданий. 5 балла выставляется студенту, если демонстрируются: незнание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практического задания.
	ИТОГО:	максимально возможная сумма 85 баллов		-
<p>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «не зачтено» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 75 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «зачтено» (пороговый (минимальный) уровень).</p>				

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

3.1 Задания для текущего контроля успеваемости

Типовое тестовое задание

1). К контролируемым организацией письменным материалом, составляемым для внешней аудитории службой по связям с общественностью или при участии специалистов этой службы, не относится:

- А) письмо;
- Б) брошюра;
- В) листовка;
- Г) сочинение.

2). В группу внутрикорпоративных PR-материалов не входит:

- А) отчет;
- Б) медиа-план;
- В) медиа-карта;
- Г) пресс-релиз.

3). Подборка или перепечатка статей и заметок из печатных изданий, прямо или косвенно затрагивающих деятельность и имидж организации называется....

- А) отчет;
- Б) медиа-план;
- В) пресс-дайджест;
- Г) пресс-релиз.

4).- вид письменного материала, цель которого – сообщить информацию об истории возникновения и развития компании, дать дополнительные сведения по какому-либо поводу или ситуации, которые связаны с деятельностью организации в настоящее время.

- А) отчет;
- Б) медиа-план;
- В) пресс-дайджест;
- Г) бэкграундер.

5).- статья, подписываемая первым лицом организации или лицом, близким ему по должности.

- А) отчет;
- Б) авторская статья;
- В) пресс-дайджест;
- Г) бэкграундер.

6).- статья, анонсирующая какое-либо мероприятие.

- А) имиджевая статья;
- Б) авторская статья;
- В) статья-анонс;
- Г) бэкграундер.

7).- особая папка, на внутренней стороне которой имеются специальные карманы для материалов, на внешнюю сторону этих карманов прикрепляются визитные карточки, представляющие организацию на пресс-конференции.

- А) пресс-релиз;
- Б) ньюс-кит;
- В) медиа-кит;
- Г) бэкграундер.

8).- новое слово или новая форма слова

- А) неологизм;
- Б) силогизм;
- В) глагол;

Б) прилагательное.

9) ...- разновидность тропа, в которой наименование одного предмета замещает наименование другого предмета на основе некоторого сходства

- А) неологизм;
- Б) силогизм;
- В) метонимия;
- Б) прилагательное.

10)...- слово или выражение, которое употребляется в переносном значении на основе сходства в каком-либо отношении двух предметов или явлений

- А) неологизм;
- Б) метафора;
- В) метонимия;
- Б) прилагательное.

Контрольная работа Комплект заданий для контрольной работы

Задания для промежуточной аттестации

Задание № 1. Анализ пресс-релиза

Проанализируйте пресс-релиз компании Personage, распространенный на презентации коллекции сезона осень-зима 2010/2011 на российской неделе моды в апреле 2011 года.

1. Определите тип представленного ниже пресс-релиза.
2. Проверьте текст на соответствие основным требованиям, предъявляемым к PR-сообщениям
3. Выделите достоинства и недостатки пресс-релиза.
(реализуется в форме практической подготовки)

Задание № 2. Лучший пресс-релиз

Составьте пресс-релиз, в котором объявляется об открытии новой сети продуктовых супермаркетов. Он должен анонсировать торжественное открытие магазинов. Пресс-релиз необходимо оформить в соответствии с общими требованиями. Кроме того, необходимо указать дополнительную информацию для пресс-кита, который Вы представите журналистам на мероприятии открытия новой сети.

При составлении пресс-релиза можно использовать следующие ресурсы Интернета:

http://evartist.narod.ru/text10/39.htm3_11

<http://pr-club.com/PressKits.shtm>

<http://prodessign.ru/licbez/pr/pr9.htm>

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание № 3. «Спланируй брифинг»

Создайте план брифинга, посвященного выборам президента РФ.

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание № 4. «Пресс-конференция»

Подготовьте и проведите пресс-конференцию на тему «Современное образование в ВУЗе».

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание № 5. «Спланируй брифинг в муниципалитете»

Создайте план брифинга, посвященного выборам мэра города.

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание №6. Предлагается написать три вида собственной биографии в соответствии с характеристиками и стилистике, присущим биографии как PR-тексту. Необходимо подготовить: 1)биография-конспект 2)биография-рассказ 3)биография повествования. Важно обратить внимание на то, что в качестве базисного субъекта PR в тексте будет выступать сам студент.

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание №7.

Студенту для анализа предлагаются PR-тексты, опубликованные в различных печатных изданиях (газеты, журналы, Интернет-источники). Студенту необходимо провести анализ PR-текста согласно теоретической модели PR-коммуникации: 1.Источник (базисный субъект PR) 2.Технологический субъект PR 3.Кодирование 4. PR-сообщение 5.Декодирование 6.Результативность (паблицитный капитал) 7.Обратная связь. Тема 2. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер.

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание №8.

В предложенном печатном издании (газета, журнал и т.д.) студенту необходимо найти и выявить существенные характеристики 1) журналистского 2) рекламного и 3) PR-текста (по 3 варианта на каждый вид текста). Работа оформляется в виде вырезок текстов, где выделяются признаки отнесения того или иного текста к одному из трех видов.

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание №9.

Студенту предлагается самостоятельно написать пресс-релиз, в основу которого положено новостное событие, в котором они сами принимали участие - День знаний, традиционно проходящий 1 сентября. Вместе со студентом определяется базисный субъект PR, а также предполагаемое для распространения пресс-релиза СМИ (газета, PRO-Город?, интернет-портал, социальная сеть Вконтакте).

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание №10.

Написание кейс-стори. Студентам необходимо написать кейс-стори, где в качестве базисного субъекта PR будет выступать мэрия города N. В качестве проблемной ситуации предлагается рассмотреть дорожные условия, в частности постоянные пробки на дорогах в данном городе. Студентам в тексте необходимо создать предпосылки для формирования положительного имиджа городской администрации, мэра города, путем описания положительного опыта решения существующих с городе N дорожных проблем с помощью строительства большого количества многоуровневых парковок, изменения правил дорожного движения. При написании кейс-стори студенты должны выдержать структуру данного вида PR-текста.

(реализуется в форме практической подготовки)

Вопросы для собеседования

1. Метафоры в связях с общественностью как отражение картины мира
2. Гипербола как основной риторический прием рекламы (на материале рекламы города)
3. Особенности текстов политической коммуникации.

4. Положительные и отрицательные стереотипы. Методы обнаружения отрицательных стереотипов клиента.
5. Использование символов в PR- текстах
6. Невербальные средства воздействия в PR-коммуникациях
7. Роль знаков, символов, цвета в текстах политической коммуникации
8. Стили PR-текстов
9. Виды, способы сегментирования групп общественности в PR-сообщениях
10. Приемы воздействия, применяемые в PR-текстах
11. Тексты PR и пропаганды: общее и особенное
12. Пресс-релиз как основной PR-текст
13. Особенности текста бэкграундера
14. Особенности, цели в различных коммуникациях, техники создания интервью
15. Особенности, техники создания кейс-стори.
16. Рекламные и PR-тексты на радио – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки
17. Рекламные и PR-тексты для ТВ – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки
18. Реклама и PR-тексты в прессе – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки
19. Особенности текстов рекламной и пира-коммуникации в Интернете
20. Особенности текстов «смешанной» коммуникации

Задания к семинарам, реализуемым в форме практической подготовки

Задания к теме 3. «Жанры и виды PR-текста» (4 часа)

Задание 3.1. Анализ текста (2 часа)

1. Прочитайте несколько информационных заметок в номерах различных газет
2. Выделите ручкой, карандашом или маркером те предложения, в которых содержатся ответы на классические вопросы: что, где, когда, кто, как, почему.
 1. Определите на все ли вопросы даны ответы в заметке. Если нет, то объясните:
 - а) почему журналист не дал ответы на все вопросы (лень журналиста, халатность, сложности в получении информации и т.д.)
 - б) какие последствия может иметь для читателя отсутствие ответов на основные вопросы

Задание 3.2. «Бульонные кубики» (2 часа)

1. Выберите в номерах газет и внимательно прочитайте объемный информационный материал (например, статья). Зачеркните (при помощи фломастера, ручки или маркера) все, на ваш взгляд лишнее из этого материала, сократив его до формата заметки.
 2. Проанализируйте, получил ли читатель достаточно информации о происходящем.
 3. Не пострадал ли при этом смысл статьи.
 4. Создайте, таким образом, подборку информации на различные темы - политика, культура, спорт, экономика и др.

Задания к теме 4. «Понятие «манипуляция». Признаки манипулирования. Приемы манипулирования» (4 часа)

Задание 4.1 «Техника манипулирования» (2 часа)

А) Продумайте, как бы вы действовали в таких ситуациях манипулирования:

1. Вам необходимо попасть на киносеанс, а вы забыли билет. Найдите подход к билетерше, если это: а) молодая симпатичная девушка; б) сурового вида старуха; в) пожилой мужчина интеллигентного вида.

2. Вам необходимо найти способ вынудить человека сделать то, что ему не по душе, с просьбой «Я слышал о вас как о человеке, который никогда никому не отказывает. Не могли бы вы одолжить 5000 рублей? Мне скоро должны вернуть долг, и я сразу же вам отдам». А как бы вы поступили, если бы к вам обратились с подобной просьбой?

Б) Приведите примеры использования следующих приемов политического манипулирования:

- «игра в простонародье»
- «двойная бухгалтерия»
- «использование ссылки на авторитет»
- «магия цифр»
- «чтение в сердцах».

Задание 4.2 «Техника противодействия манипулированию» (2 часа)

Существуют несколько практических рекомендаций для защиты от манипулирования. К ним относятся:

1) Заявите манипулятору о том, что его цели раскрыты. Прямо откажитесь.

2) Сделайте вид, что ни о чем не догадываетесь, при этом добивайтесь собственной цели (встречная манипуляция).

3) Нейтрализуйте манипуляцию, используя определенные контрприемы (противостояние манипуляции).

4) Игнорируйте манипулятивное воздействие, просьбу, не обращайтесь внимание. Можно прервать общение, избегать данного человека в дальнейшем.

5) Укрепляйте свою самооценку. То есть верьте в свои силы, способности, изучайте собственные реальные достоинства и недостатки, стремитесь к реальным целям, принимайте и запоминайте комплименты и похвалы, фиксируйте все свои достижения и спокойно отмечайте ошибки, чтобы превратить их в полезный опыт.

6) Понимайте свои желания и интересы. Если будете четко знать, чего и как вам хочется, знать свои приоритеты, вас будет сложно сбить манипуляциями с пути.

7) Не поддаваться на провокацию.

8) Внимательно относиться к услышанному и подвергать все анализу.

9) Демонстрировать уверенное поведение, чтобы даже мысли не возникало манипулировать вами. Например, покажите манипулятору, что вам все равно, если на вас обижаются, и вы не побежите догонять, если он захочет уйти.

Оцените данные рекомендации. Какие рекомендации, на Ваш взгляд, являются наиболее важными и эффективными? Приведите примеры того, каким образом данные рекомендации можно использовать в целях противодействия манипулированию.

