


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
электронных СМИ и речевой коммуникации


В. В. Колесникова
подпись, расшифровка подписи

18.05.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б 1. В. 20 Особенности языка связей с общественностью

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки/специализация: Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации

3. Квалификация выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: электронных СМИ и речевой коммуникации.

6. Составители программы: Сандлер Людмила Леонидовна, кандидат филологических наук, доцент

7. Рекомендована: Научно-методическим советом факультета журналистики № 8 от 18.05. 2023

8. Учебный год: 2022/2024

Семестр(ы): 8

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Основной целью учебной дисциплины «Особенности языка связей с общественностью» является формирование у студентов целостного представления

о системе языковых и стилистических приемов,

- выработка необходимых умений, позволяющих создавать качественный PR-текст.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с основными чертами функциональных стилей, используемых в сфере PR- отношений, а также с особенностями PR-текстов разных жанров;

- анализ языковых ресурсов средств выразительности в языке текстов PR;

- формирование умений в области спичрайтинга (написания и произнесения PR-текстов);

- выработка навыков анализа, оценки и редактирования PR-текстов.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». При изучении курса «Особенности языка текстов в связях с общественностью» студенты должны опираться на знания, умения и навыки, полученные при изучении следующих предшествующих дисциплин: Б1.О.06 «Речевая культура устной и письменной коммуникации», Б1.О.07 «Современный русский язык», Б1.О.11 «Стилистика», Б1.В.17 «Редактирование медиатекста».

Место этой дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что знания и умения, формируемые у студентов в процессе обучения, необходимы будущим специалистам по рекламе и связям с общественностью для успешной работы с PR-текстами. От студентов требуется владение всем комплексом средств языковой выразительности, приемов аргументации, умение правильно выстроить композицию текста, чтобы создать качественный PR-текст. Будущие специалисты должны уметь не только создавать авторские произведения, но и давать экспертную оценку текстам других авторов, а также при необходимости проводить редакторскую правку PR-сообщений. При работе с устными текстами в области спичрайтинга студенты должны овладеть всем комплексом приемов и навыков произнесения речей разных жанров с учетом формата, тематики и аудитории PR- мероприятия в разных видах медиа.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и	ПК-2.4	Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами,	знать: жанрово-стилистические особенности основных текстов PR; особенности композиции текстов разных жанров; уметь: создавать тексты определенных жанров PR, пользуясь знанием их композиции и стиля в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами.

	отечественного опыта		форматами.	владеть: навыками литературного редактирования при оценке устных и письменных текстов PR в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами.
--	----------------------	--	------------	--

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3 /108.

Форма промежуточной аттестации - экзамен

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость		
		Всего	По семестрам	
			№ семестра 8	№ семестра
Аудиторные занятия		32	32	
в том числе:	лекции	16	7	
	практические	16	7	
	лабораторные			
Самостоятельная работа		40	40	
в том числе: курсовая работа (проект)				
Форма промежуточной аттестации (экзамен – __ час.)		36	36	
Итого:		108	108	

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
1. Лекции			
1.1	PR- тексты в функционально-стилистическом аспекте.	Функциональные стили PR в системе функциональных стилей современного русского языка. Характерные черты научного, официально-делового, публицистического и рекламного стиля в текстах PR.	
1.2	Стилистические особенности разных жанров PR.	Жанрово-стилистические признаки PR-текстов. Методика анализа PR-текстов. 4 группы дискурсивных признаков PR-текстов.	
1.3	Стилистические особенности пресс-релиза.	Жанрово-коммуникативные признаки пресс-релиза. Структурно-композиционные особенности пресс-релиза. Узальные и индивидуальные признаки пресс-релиза. Типичные ошибки в пресс-релизах и их редактирование.	

1.4	Стилистические особенности приглашения.	Жанрово-коммуникативные признаки приглашения. Структурно-композиционные особенности приглашения. Узуальные и индивидуальные признаки приглашения. Типичные ошибки в приглашениях и их редактирование.	
1.5	Стилистические особенности биографии разных видов.	Жанрово-коммуникативные признаки биографии разных видов: анкеты, описания и легенды. Структурно-композиционные особенности биографии разных видов. Узуальные и индивидуальные признаки биографии разных видов.	
1.6	Язык и стиль имиджевого интервью.	Общие и отличительные характеристики журналистского, рекламного и имиджевого интервью в PR-отношениях.	
1.7	Стилистические особенности бэкграундера	Информационная и воздействующая составляющая в жанре бэкграундера. Выражение аналитики в бэкграундере. Публицистические и рекламные элементы в бэкграундере.	
1.8	Стилистические особенности имиджевой статьи.	Общие и отличительные характеристики журналистской, рекламной и имиджевой статьи в PR-отношениях.	
1.9	Стилистические особенности байлайнера (статьи от первого лица компании).	Особенности композиции байлайнера. Элементы других жанров PR-текстов в композиции байлайнера.	
1.10	Язык и стиль кейс-стори.	Стилевые признаки художественной публицистики в текстах кейс-стори. Особенности композиции жанра кейс-стори	
1.11	Комбинированные жанры PR. Стилистические особенности ньюслеттера.	Композиция ньюслеттера. Язык и стиль текстов, входящих в ньюслеттер.	
1.12	Стилистические особенности политической листовки как комбинированного жанра.	Жанрово-коммуникативные признаки политической листовки. Структурно-композиционные особенности. Узуальные и индивидуальные признаки политической листовки.	
1.13	Пресс-кит. Стилистическое единство при создании пресс-кита.	Композиция пресс-кита. Стилистические признаки текстов, входящих в пресс-кит.	
1.14	Спичрайтинг. Стилистическое мастерство при создании текстов	Понятие спичрайтинга. Формы спичрайтинга. Композиция текстов, предназначенных для произнесения. Жанр поздравление. Протокольные речи:	

	PR. Виды речей в спичрайтинге.	приветствие, представление гостей, прощание и др.	
1.15	Психологический подход к искусству спичрайтинга.	Общие и отличительные признаки PR-речи и ораторского выступления. Вербальные и невербальные средства воздействия в PR-выступлениях. Жесты, мимика, кинетика. Средства интонации. Темп, тембр, паузы, дыхание, мелодика речи.	
		2. Практические занятия	
2.1	PR- тексты в функционально-стилистическом аспекте.	Функциональные стили PR в системе функциональных стилей современного русского языка. Стилиевые черты научного, официально-делового, публицистического и рекламного стиля в текстах PR.	
2.2	Стилистические особенности разных жанров PR.	Жанрово-стилистические признаки PR-текстов. Методика анализа PR-текстов. 4 группы дискурсивных признаков PR-текстов.	
2.3	Стилистические особенности пресс-релиза.	Жанрово-коммуникативные признаки пресс-релиза. Структурно-композиционные особенности пресс-релиза. Узуальные и индивидуальные признаки пресс-релиза. Типичные ошибки в пресс-релизах и их редактирование.	
2.4	Стилистические особенности приглашения.	Жанрово-коммуникативные признаки приглашения. Структурно-композиционные особенности приглашения . Узуальные и индивидуальные признаки приглашения . Типичные ошибки в приглашениях и их редактирование.	
2.5	Стилистические особенности биографии разных видов.	Жанрово-коммуникативные признаки биографии разных видов: анкеты, описания и легенды. Структурно-композиционные особенности биографии разных видов. Узуальные и индивидуальные признаки биографии разных видов.	
2.6	Язык и стиль имиджевого интервью.	Общие и отличительные характеристики журналистского, рекламного и имиджевого интервью в PR-отношениях.	
2.7	Стилистические особенности бэкграундера	Информационная и воздействующая составляющая в жанре бэкграундера. Выражение аналитики в бэкграундере. Публицистические и рекламные элементы в бэкграундере.	
2.8	Стилистические особенности имиджевой статьи.	Общие и отличительные характеристики журналистской, рекламной и имиджевой статьи в PR-отношениях.	
2.9	Стилистические особенности байлайнера (статьи	Особенности композиции байлайнера. Элементы других жанров PR-текстов в композиции байлайнера.	

	от первого лица компании).		
2.10	Язык и стиль кейс-стори.	Стилевые признаки художественной публицистики в текстах кейс-стори. Особенности композиции жанра кейс-стори	
2.11	Комбинированные жанры PR. Стилистические особенности ньюслеттера.	Композиция ньюслеттера. Язык и стиль текстов, входящих в ньюслеттер.	
2.12	Стилистические особенности политической листовки как комбинированного жанра.	Жанрово-коммуникативные признаки политической листовки. Структурно-композиционные особенности. Узуальные и индивидуальные признаки политической листовки.	
2.13	Пресс-кит. Стилиевое единство при создании пресс-кита.	Композиция пресс-кита. Стилистические признаки текстов, входящих в пресс-кит.	
2.14	Спичрайтинг. Стилистическое мастерство при создании текстов PR. Виды речей в спичрайтинге.	Понятие спичрайтинга. Формы спичрайтинга. Композиция текстов, предназначенных для произнесения. Жанр поздравление. Протокольные речи: приветствие, представление гостей, прощание и др.	
2.15	Психологический подход к искусству спичрайтинга.	Общие и отличительные признаки PR-речи и ораторского выступления. Вербальные и невербальные средства воздействия в PR-выступлениях. Жесты, мимика, кинетика. Средства интонации. Темп, тембр, паузы, дыхание, мелодика речи.	
2.16	Разделы 1 -14	Контрольная работа	

- *заполняется, если отдельные разделы дисциплины изучаются с помощью онлайн-курса. В колонке Примечание необходимо указать название онлайн-курса или ЭУМК. В других случаях в ячейки ставятся прочерки.*

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	PR- тексты в функционально-стилистическом аспекте.	1	1		2	4
2	Стилистические особенности разных жанров PR.	1	1		2	4
3	Стилистические	1	1		8	10

	особенности пресс-релиза.					
4	Стилистические особенности приглашения.	1	1		2	4
5	Стилистические особенности биографии разных видов.	1	1		2	4
6	Язык и стиль имиджевого интервью.	1	1		2	4
7	Стилистические особенности бэкграундера	1	1		2	4
8	Стилистические особенности имиджевой статьи.	1	1		2	4
9	Стилистические особенности байлайнера (статьи от первого лица компании).	1	1		2	4
10	Язык и стиль кейс-стори.	1	1		2	4
11	Комбинированные жанры PR. Стилистические особенности ньюслеттера.	1	1		2	4
12	Стилистические особенности политической листовки как комбинированного жанра.	1	1		2	4
13	Пресс-кит. Стилистовое единство при создании пресс-кита.	1	1		2	4
14	Спичрайтинг. Стилистическое мастерство при создании текстов PR. Виды речей в спичрайтинге.	2	2		6	10
15	Психологический подход к искусству спичрайтинга.	1	1		4	6
	Контроль					36
	Всего:	16	16		40	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины предполагается:

- работа с текстом конспекта лекций по курсу «Особенности языка текстов в связях с общественностью»;
- изучение рекомендованной литературы для свободного владения знанием системы функциональных стилей русского языка и особенностей их использования в текстах различных жанров PR;
- систематическая подготовка к практическим занятиям, выполнение заданий, аналогичных заданиям контрольной работы;
- в случае пропуска занятия предусматривается самостоятельная работа в виде отработки темы в электронном виде: конспект лекции, анализ конкретного текста PR определенного жанра по методике дискурсивного анализа текстов PR, предложенной автором программы.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Литературное редактирование медиатекстов: теория и практика : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 56.05.05 "Военная журналистика" и по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 42.03.02 "Журналистика", 42.03.04 "Телевидение", 42.03.05 "Медиакоммуникации" / авт.-сост.: А.М. Шишляникова, И.В. Хорошунова ; Воронеж. гос. ун-т; [науч. ред. Е.А. Рязских] .— Воронеж : Кварта, 2020 .— 210 с. : ил. <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-66.pdf >.
2	Иншакова Н.Г., Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования : Учеб. пособие для студентов вузов / Н. Г. Иншакова. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707328.html (дата обращения: 19.10.2020). - Режим доступа : по подписке.
3	Руженцева Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учеб. пособие / Н. Б. Руженцева.- М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. - 184 с. Режим доступа: https://biblioclub.lib.vsu.ru/index.php?page=search_red
4	Сандлер Л. Л. Современная система функциональных стилей русского языка: теория и практика / Л. Л. Сандлер. – Факультет журналистики ВГУ. – Воронеж, 2017. – 214 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
5	Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К.А. Иванова. – 3-е изд., обнов. И доп. – СПб.[и др.] : Питер, 2010. -176 с. : ил., табл. – (Маркетинг для профессионалов). – Библиогр. : с. 172-173. – ISBN 978-5-49807-808-3. Режим доступа: https://avidreaders.ru/book/kopirayting-sekrety-sostavleniya-reklamnyh-i-pr.html
6	Кривонос А. Д. Основы теории связей с общественностью : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Связи с общественностью»] / А. Д. Кривонос, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. – СПб. [и др.] : Питер, 2010. – 375 с. : с ил. – (Учебник для вузов). – Библиогр. В конце гл. – ISBN 978-5-49808-560-0
7	Сандлер Л. Л. Дискурсивные признаки пресс-релиза // Л. Л. Сандлер. Коммуникация в

	современном мире . Материалы Всероссийской научно-практической конференции исследователей журналистики, рекламы и паблик рилейшенз. Воронеж, 2004. - С. 137-139.
8	Сандлер Л. Л. Дискурсивные признаки текстов деловой прессы // Л. Л. Сандлер. Коммуникация в современном мире . Материалы Всероссийской научно-практической конференции исследователей журналистики, рекламы и паблик рилейшенз. Воронеж, 2007. - С. 223-225.
9	Сандлер Л. Л. Психологический подход к искусству спичрайтинга в современных PR-коммуникациях / Л.Л. Сандлер // Акценты. – Воронеж, 2009. Вып. 3-4. – С. 79-80. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22747248
10	Васильев А.Д., Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ / Васильев А.Д. - СПб. : Златоуст, 2013. - 660 с. - ISBN 978-5-86547-662-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785865476627.html (дата обращения: 19.10.2020). - Режим доступа : по подписке.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы Интернет)

№ п/п	Источник
11	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
12	ЭБС Лань. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/
13	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
14	ЭБС ЮРАЙТ. – Режим доступа: https://urait.ru/
15	ЭБС Консультант студента – Режим доступа: https://studentlibrary.ru/
16	Электронный курс: Сандлер Л.Л. «Особенности языка связей с общественностью / Л.Л. Сандлер - Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14951
17	Информационно-справочная система «Корпус русского языка». – URL: www.ruscorpora.ru
18	Словари и энциклопедии. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/
19	Справочно-информационный портал «Русский язык». – URL: http://www.gramota.ru/

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Сандлер Л. Л. Электронная версия лекций-конспектов по курсу «Особенности языка связей с общественностью». Электронный ресурс кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации. Секция стилистики и литературного редактирования.
2	Сандлер Л. Л. Психологический подход к искусству спичрайтинга в современных PR-коммуникациях / Л.Л. Сандлер // Акценты. – Воронеж, 2009. Вып. 3-4. – С. 79-80. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22747248
3	Сандлер Л. Л. Современная система функциональных стилей русского языка: теория и практика / Л.Л. Сандлер. – Факультет журналистики ВГУ. – Воронеж, 2017. – 214 с.
4	Павлова Т. А. Стилистика деловой речи./ Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер учебно-методическое пособие по специальностям 031300 "Журналистика" - 031600 "Реклама и связи с общественностью"; 031600 "Реклама и связи с общественностью" / Воронеж. гос. ун-т ; [авторы-сост.: Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер].— 55, [1] с. : табл. <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m13-240.pdf >.
5	Павлова Т. А. Стилистика научной речи. Выпуск 7. – Учебно-методическое пособие для студентов-иностранцев 2-4 курсов. / Т. А. Павлова, Л. Л. Сандлер Воронеж,

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно- справочные системы

При реализации учебной дисциплины используются различные образовательные технологии, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение, такие как: различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

Электронный курс: Сандлер Л.Л. «Особенности языка связей с общественностью» / Л.Л. Сандлер - Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14951>
 Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; MathWorks Total Academic Headcount – 25; СПС «ГАРАНТ-Образование».

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb), экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell.

Аудитории для самостоятельной работы студентов.

Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а).

Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.); экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Разделы 1.1-1.15	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и	ПК — 2.4 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами,	<i>Самостоятельная работа с конспектом лекций и текстами разных жанров в связях с общественностью</i>

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
	Разделы 2.1 -2.15	имеющегося мирового и отечественного опыта	форматами.	<i>Контрольная работа (2 варианта)</i>
2.				
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен				<i>Перечень вопросов Практическое задание</i>

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: **контрольная работа**

Перечень контрольных заданий

Описание технологии проведения **контрольной работы**

Контрольная работа может проводиться в двух формах обучения студентов оффлайн и онлайн.

Проведение контрольной работы в форме оффлайн, то есть с присутствием преподавателя и студентов в аудитории. В этом случае студенты получают бланки с двумя вариантами контрольных заданий и чистые листы для записи ответов. Время выполнения — 2 академических часа (2 по 45 минут).

Если во время подготовки к ответу преподаватель заметит у студента разного рода шпаргалки, в том числе и мобильные устройства, он имеет право удалить студента из аудитории и не засчитать его ответ.

Проведение контрольной работы в форме онлайн, то есть с использованием различных образовательных ресурсов без присутствия преподавателя и студентов в аудитории. В этом случае студенты получают электронные бланки с двумя или более вариантами контрольных заданий. Студенты обязаны ОТ РУКИ выполнить контрольные задания, сфотографировать их и выставить в Moodle. Время выполнения — 2 академических часа (2 по 45 минут). При реализации дисциплины применяются элементы электронного обучения и дистанционные образовательные технологии. Используется платформа Moodle на портале edu.vsu.ru. *Электронный курс: Сандлер Л.Л. «Особенности языка связей с общественностью» / Л.Л. Сандлер - Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14951>*

Перечень заданий для контрольных работ

Задание № 1. Назовите 4 группы признаков PR –текстов и кратко охарактеризуйте каждую группу.

Задание № 2. Проанализируйте текст пресс-релиза с точки зрения структурно-композиционных признаков. Отметьте недостатки в композиции пресс-релиза (текст пресс-релиза прилагается).

Задание № 3. К какой группе жанров относится биография-легенда? Какие индивидуально-стилистические элементы отличают PR-текст от обычной биографии в деловом общении? (фрагмент текста биографии-легенды прилагается)

Задание № 4. Найдите в предложенном тексте бэкграундера индивидуально-стилистические признаки (фрагмент текста бэкграундера прилагается).

Задание № 5. Каковы рамочные и индивидуально-стилистические средства публицистики в тексте байлайнера? (текст байлайнера прилагается)

Задание № 6. Назовите жанрово-коммуникативные и стилистические отличительные признаки журналистского, рекламного и имиджевого интервью.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Тексты PR для анализа

Задание № 2. Текст пресс-релиза

В Технопарке "Сколково" рассказали, как инвестировать в криптовалюту 14:51 6 ДЕКАБРЯ 2017 ГОДА

В день, когда курс биткоина перешагнул новый исторический максимум, достигнув \$11 тыс., состоялась "Криптоконференция" в Технопарке "Сколково". Более 1500 участников - инвесторов, бизнесменов и майнеров - собрались на площадке, чтобы обсудить дальнейшую судьбу криптовалют, инвестиции в ICO и юридическую сторону вопроса.

Конференция состояла из двух частей: блокчейн-выставка, где посетители могли ознакомиться с более чем 30 стендами компаний, занятых в криптоиндустрии, и непосредственно конференции. Выступления спикеров проходили в двух залах: доклады в главном зале были посвящены стратегиям инвестирования в криптовалюты, криптотрейдингу, подходам к выбору ICO и правовому полю вокруг блокчейна. Спикеры бизнес-зала, по большей части представители успешных ICO-проектов (RMC, ICObox, Polybius и другие), рассказывали о своем опыте проведения токенса и делились советами и рекомендациями с бизнес-сообществом.

Общая капитализация биткоина с начала года выросла в 17 раз и на данный момент составляет \$170 млрд, при этом уже очевидно, что это далеко не предел. Бурный рост криптовалюты провоцирует начинающих инвесторов массово вкладывать средства в криптоиндустрию, однако, по мнению спикеров мероприятия, такие вложения носят авантюрный характер, и относиться к ним следует соответствующе.

«Инвестор, который решил войти на этот рынок, должен понимать, что он фактически сидит на пороховой бочке» - считает Дмитрий Карпиловский, основатель сообщества CryptoNet. - Есть один момент - биткоин не всегда будет расти. В 2011 году он потерял 95% стоимости. И большинство инвесторов продали на падении и проиграли. Какие есть фундаментальные причины, чтобы это не повторилось в 2018 году? Я таких не наблюдаю". Но

непредсказуемость рынка - не повод для отказа от инвестиций. "Финансовые рынки спрогнозировать невозможно, - отмечает Иван Коваль-Зайцев TrueTrading, профессиональный трейдер. - Но для того, чтобы зарабатывать на них, этого и не нужно".

Стратегий инвестирования в криптоиндустрию может быть множество, одна из самых азартных и популярных - покупка токенов ICO-проекта. По данным экспертов "Криптоконференция", каждый месяц количество компаний, выходящих на ICO, растет в геометрической прогрессии. Дмитрий Филатов, основатель рейтингового агентства ICOrating, советует тщательно анализировать бизнес-проекты по нескольким критериям прежде, чем становится токенолдером компании. По его мнению, у наиболее перспективных проектов средняя цена токена должна быть на уровне 0,001 эфира, доля токенов в обращении 60%, а оптимальный хард-кап составлять 50-75К ETH. Также, по мнению спикера, наиболее часто "выстреливают" инфраструктурные проекты - блокчейн и платформы.

Одна из знаковых панельных дискуссий "Криптоконференции" была посвящена правовому вопросу блокчейн-технологий и будущему криптовалют в России. Как известно, к июлю следующего года правительство и ЦБ должны описать в законодательстве статус криптовалют, технологии распределенных реестров, а также токена и смарт-контракта. Осенью этого года на рассмотрение Госдумы должен был поступить законопроект о регулировании рынка криптовалюты в России, однако пока этого не произошло. "Законопроект мы долго и муторно готовили с Центральным Банком. Почему он не представлен до сих пор? Если бы он оказался в октябре в Государственной думе, то получил бы отрицательные отзывы. Нам нужен хороший федеральный проект в этой сфере, мы ждем волну - и волна должна быть создана самим сообществом", - высказала свое мнение на "Криптоконференции" Элина Сидоренко, эксперт Государственной Думы РФ и директор Центра цифровой экономики и финансовых инноваций МГИМО МИД России. После чего привела пример такого проекта - создание хосписа частными инвесторами. Также эксперт напомнила, что программой "Цифровая экономика РФ" предусмотрено создание крупнейших единиц криптоэкономики, научных проектов в этой сфере и подготовка специалистов в отрасли криптоэкономики.

"Криптоконференцию" в Технопарке "Сколково" завершил ICO-battle: 10 ICO-проектов поборолось на сцене мероприятия за право называться лучшим. Победителем стал стартап World Wi-Fi - всемирная бесплатная Wi-Fi сеть, особенностью которой является децентрализации сети и объединении домашних и публичных роутеров. Основателями проекта выступили российские разработчики Radius Wi-Fi и Adrenta.

"Цель этого мероприятия и других выставок, которые мы планируем организовывать в дальнейшем, мощная и серьезная - сделать Россию центром блокчейн-технологии. В других отраслях мы уже успели либо отстать, либо остались на одном уровне с другими странами. Мы верим, что в криптоиндустрии у нас есть все шансы стать настоящими лидерами. Такие масштабные мероприятия, безусловно, способствуют этому", - уверен Николай Волосянков, организатор мероприятия и генеральный директор CryptoEvent.

Особую благодарность за поддержку в организации мероприятия и спонсорскую помощь компания CryptoEvent выражает генеральному спонсору "Криптоконференции" - Blockchain Solution. Спонсорами конференции также выступили компании Sky Way Invest Group, ZODIAQ, Sola, Advendor, Wiseplat, TradePlayZ, CoinTraffic, BitClave, Como.Capital.

По вопросам обращаться:
Ирина Ширшикова
+7 (921) 341 45 26
email: pr@cryptoconf.su

Задание № 3. Текст биографии-легенды

Биография-легенда

Источник: <https://uznayse.ru/znamenitosti/biografiya-andzhelina-dzholi.html>

БИОГРАФИЯ АНДЖЕЛИНЫ ДЖОЛИ

Анджелина Джоли – уникальное явление в современном мире, она не только талантливая актриса и режиссер с многомиллионными гонорарами, но и самая желанная женщина на планете, посол доброй воли при ООН и мать шестерых детей, трое из которых приемные.



На фото: Анджелина Джоли

ДЕТСТВО И СЕМЬЯ

Анджелина Джоли родилась в Лос-Анджелесе в богемной актерской семье. Ее отец, Джон Войт, был голливудской звездой, секс-символом 70-х и любимцем американской публики. В 1971 году он женился на очаровательной молодой (на 12 лет младше) актрисе Маршелин Бертран. Родители Анджелины Джоли: Джон Войт и Маршелин Бертран Голливудские пары с большой разницей в возрасте



(фото)

Через два года у супругов родился сын Джеймс Хейвен, а в 1975 появилась на свет малышка Анджелина Джоли Войт. Средние имена детей стали пророческими: «хейвен» в переводе с английского означает «небеса», а «джоли» на французском – «прекрасная». Оба ребенка действительно были ангельски красивы. Они унаследовали от матери огромные выразительные глаза, ямочки на щеках и пухлые губы, а от отца им передались незаурядные творческие способности.

Анджелина Джоли в детстве



(фото)

Благодаря причудливому смешению кровей (в роду Анджелины были французы, канадцы, немцы, славяне и, возможно, даже индейцы) наша героиня с детства отличалась взрывным характером и необузданным темпераментом. Маленькая Энджи была настоящей фантазеркой, ни минуты не сидела на одном месте. Вместе с братом они разыгрывали забавные сценки, снимали их на камеру и с гордостью демонстрировали родителям. Анджелина Джоли и ее брат Джеймс Хейвен К сожалению, семейная идиллия продлилась недолго – Джон регулярно изменял жене и надолго пропадал из дома, из-за чего в доме постоянно возникали скандалы. В итоге мать не выдержала, и, забрав детей, переехала в Нью-Йорк, а в 1978 году официально оформила развод. С тех пор отец появлялся в семье крайне редко, практически не участвовал в воспитании детей, а всю ответственность за малышей Маршелин взвалила на свои плечи. Джоли с братом и бабушкой с материнской стороны Женские причёски, популярные в СССР



(фото)

Расставание родителей не лучшим образом повлияло на впечатлительную Анджелину. Она замкнулась в себе, стала дикой и нелюдимой девочкой. В отличие от своих сверстниц играла не с куклами Барби, а с ножами, и мечтала в будущем стать владелицей похоронного бюро. В школе была белой вороной, сторонилась одноклассников, на уроках рисовала в тетрадах какие-то мистические знаки. Дети Джона Войта с ранних лет привыкали к камерам В

подростковом возрасте ситуация усугубилась – Энджи стала наносить на своем теле порезы ножом и один раз чуть не истекла кровью, задев важную артерию. Этот случай заставил ее остановиться и всерьез задуматься о дальнейшей жизни. Девочке захотелось разобраться в себе – она отложила ножи и принялась за книги, в которых пыталась найти ответы на интересные ее вопросы.



В 1986 году семья вернулась в Лос-Анджелес, где Анджелина поступила в знаменитую актерскую школу Ли Страсберга. Параллельно она посещала престижную общеобразовательную школу в Беверли-Хиллз и мечтала поскорее стать взрослой и самостоятельной. Без репетиторов и дополнительных занятий она окончила школу на полтора года раньше и занялась своей карьерой. Поначалу девушка пыталась стать моделью и стала усиленно худеть. Когда ее вес приблизился к критической отметке, мать заподозрила неладное и отвела дочь к врачу. В клинике диагностировали начальную стадию анорексии и подробно обрисовали Энджи последствия этой страшной болезни. Несмотря на упертый характер, она прислушалась к советам врачей и вернулась к нормальному пищевому поведению. В юности Анджелина Джоли мечтала стать моделью. В 14 лет Джоли попыталась продемонстрировать свою «взрослость» другим способом – привела в дом бойфренда, которого объявила своим гражданским мужем. Мать не стала препятствовать такому положению вещей, но когда Анджелина попыталась соблазнить ее собственного любовника, смертельно обиделась на дочь. Джеймс тоже осудил поступок сестры, и Анджелина стала изгоем в собственной семье.

Задание № 4. Текст бэкграундера

Бэкграундер

Источник: <https://energoholding.gazprom.ru/about/history/>



О компании



ООО «Газпром энергохолдинг» — холдинговая вертикально интегрированная компания (100-процентное дочернее общество [ПАО «Газпром»](#)), управляет генерирующими компаниями Группы «Газпром» по единым корпоративным стандартам.

«Газпром энергохолдинг» является крупнейшим в России владельцем электроэнергетических (генерация электрической и тепловой энергии) активов (контрольные пакеты акций [ПАО «Мосэнерго»](#), [ПАО «МОЭК»](#), [ПАО «ТГК-1»](#) и [ПАО «ОГК-2»](#)). В состав Группы входит свыше 80 электростанций установленной мощностью порядка 39 ГВт (электрическая) и 71,2 тысяч Гкал/ч (тепловая) (порядка 17% установленной мощности всей российской электроэнергетики). Входит в десятку ведущих европейских производителей электроэнергии.

Основные направления деятельности

- Участие в разработке стратегии Группы «Газпром» в электроэнергетике, ее реализация и контроль за осуществлением этой стратегии генерирующими компаниями.
- Участие в формировании позиции и реализация полномочий контролирующего акционера генерирующих компаний Группы «Газпром».
- Разработка комплекса мер, направленных на повышение эффективности системы управления и сокращение затрат генерирующих компаний.
- Разработка и внедрение в генерирующих компаниях единых эффективных стратегий и политик (Техническая политика, Экологическая политика и т.п.).
- Формирование и актуализация единой финансовой модели генерирующих компаний.
- Реализация единой инвестиционной стратегии и контроль за ходом ее выполнения в генерирующих компаниях.
- Представление единой позиции группы компаний во взаимоотношениях с органами государственной власти, регуляторами рынка и крупными контрагентами.

Приоритетные задачи

- Обеспечение надежного и бесперебойного производства электрической и тепловой энергии.
- Реализация инвестиционных программ генерирующих компаний.
- Повышение капитализации электроэнергетических активов «Газпрома».
- Повышение операционной эффективности электроэнергетических активов «Газпрома».
- Внедрение энергосберегающих технологий, разработка и применение методик, основанных на принципах рационального использования энергоресурсов.

История



2007

В апреле 2007 года Совет директоров ОАО «Газпром» утвердил Стратегию Общества в электроэнергетике. Стратегической целью развития электроэнергетического бизнеса было определено повышение капитализации ОАО «Газпром» за счет увеличения рентабельности капитала, оптимизации топливного баланса в стране и достижения синергетического эффекта от соединения газового бизнеса и электроэнергетики.

Для развития электроэнергетического направления деятельности Группы «Газпром» предусматривалось, в частности, приобретение долей в генерирующих компаниях и строительство новых мощностей.

Стратегия включала формирование холдинговой компании для консолидации электроэнергетических активов Группы «Газпром», которой стала ООО «Газоэнергетическая компания».

2007–2008

В результате реформы электроэнергетики России и участия в дополнительных эмиссиях акций генерирующих компаний, Группа «Газпром» в основном решила стратегические задачи по вхождению в электроэнергетический бизнес.

2009

В мае 2009 года в рамках второго этапа реформирования ОАО «Газпром», с целью укрепления бренда транснациональной корпорации и позиционирования «Газпрома» и его дочерних обществ как единой компании, отвечающей мировым стандартам надежности, ООО «Газоэнергетическая компания» получило новое наименование — ООО «Газпром энергохолдинг».

К концу года «Газпром энергохолдинг» консолидировал контрольные пакеты акций ОАО «Мосэнерго», ОАО «ТГК-1», ОАО «ОГК-2» и ОАО «ОГК-6» и приступил к управлению этими активами по единым корпоративным стандартам.

2011

В ноябре 2011 года завершены корпоративные процедуры по реорганизации ОАО «ОГК-2» в форме присоединения к нему ОАО «ОГК-6». Соответствующие решения были приняты акционерами двух компаний на годовых Общих собраниях 21 июня 2011 года.

2012

В октябре 2012 года «Газпром энергохолдинг» создал специализированную компанию «[ГЭХ Инжиниринг](#)» (до 2015 года — ООО «Центрэнергоинвест») в целях обеспечения строительства электростанций и оказания инжиниринговых услуг при реализации инвестиционных проектов.

2013

13 августа 2013 года, ООО «Газпром энергохолдинг» было признано победителем аукциона по продаже принадлежащих городу Москве акций [ПАО «МОЭК»](#) (89,9754%), движимого и недвижимого имущества столицы, арендованного ПАО «МОЭК».

2014

В конце 2014 года ООО «Газпром энергохолдинг» консолидировал на базе АО «Газпром энергоремонт» компании, выполняющие работы по проектированию, ремонту, строительству, монтажу, наладке и сервисному обслуживанию оборудования в сфере производства электрической и тепловой энергии.

2015

19 июня 2015 года в рамках Петербургского международного экономического форума состоялось подписание соглашения акционеров между ОАО «Центрэнергохолдинг» (входит в Группу «Газпром энергохолдинг») и NIS j.s.c. Novi Sad (Группа «Газпром нефть») о создании компании Serbskaya Generaciya LLC Novi Sad для реализации проекта строительства парогазовой теплоэлектростанции (ТЭС) в г. Панчево Республики Сербия. Для управления реализацией проекта строительства ТЭС Панчево сформировано 100-процентное дочернее общество этой компании — «TE-TO Pancevo d.o.o. Pancevo»*.

ТЭС Панчево станет первым проектом Группы «Газпром энергохолдинг», реализованным за пределами Российской Федерации, и первой парогазовой электростанцией Сербии.

* В 2019 году по решению ПАО «Газпром» «Serbskaya Generaciya d.o.o. Novi Sad» и «TE-TO Pancevo d.o.o. Pancevo» переименованы в «Gazprom energoholding Serbia d.o.o.» и «Gazprom energoholding Serbia TE-TO Pancevo d.o.o.».

2018

19 июня 2018 года Совет директоров ПАО «Газпром» утвердил стратегию компании в электроэнергетике на 2018–2027 годы. Ключевой стратегической целью определено обеспечение стабильного роста прибыли при сохранении высокого уровня надежности энергоснабжения потребителей. Обновленная стратегия, в частности, предполагает реализацию проектов по созданию новых и модернизации действующих генерирующих мощностей, а также вывод объектов, эксплуатация которых экономически нецелесообразна. Отдельное внимание уделено дальнейшему повышению операционной эффективности, технологическому развитию, применению импортозамещающего оборудования. «Газпром» нацелен на диверсификацию электроэнергетического бизнеса за счет выхода на перспективные рынки в России и за рубежом.

2019

В июне 2019 года с вводом в эксплуатацию второго энергоблока Грозненской ТЭС «Газпром энергохолдинг» завершил реализацию масштабной инвестиционной программы строительства и модернизации объектов мощностью около 9 ГВт в рамках договоров о предоставлении мощности (ДПМ).

Всего в рамках инвестиционной программы введено в эксплуатацию 17 парогазовых энергоблоков, 5 паросиловых энергоблоков, 8 гидроагрегатов и 6 газотурбинных установок.

Сферы деятельности



1. Участие в разработке стратегии Группы «Газпром» в электроэнергетике, ее реализация и контроль за осуществлением этой стратегии генерирующими компаниями.
2. Участие в формировании позиции и реализация полномочий контролирующего акционера генерирующих компаний Группы «Газпром».

3. Разработка комплекса мер, направленных на повышение эффективности системы управления и сокращение затрат генерирующих компаний.
4. Разработка и внедрение в генерирующих компаниях единых эффективных стратегий и политик (Техническая политика, Экологическая политика и т.п.).
5. Формирование и актуализация единой финансовой модели генерирующих компаний.
6. Реализация единой инвестиционной стратегии и контроль за ходом ее выполнения в генерирующих компаниях.
7. Представление единой позиции группы компаний во взаимоотношениях с органами государственной власти, регуляторами рынка и крупными контрагентами.

Производственная безопасность



[Политика ООО «Газпром энергохолдинг» в области охраны труда, промышленной и пожарной безопасности, безопасности дорожного движения](#) (PDF, 86 КБ)

Создание безопасных условий труда, сохранение жизни и здоровья работников, обеспечение надежной работы опасных производственных объектов, обеспечение пожарной безопасности и безопасности дорожного движения являются одним из приоритетных направлений деятельности ООО «Газпром энергохолдинг».

В Обществе разработана политика в области охраны труда, промышленной и пожарной безопасности, безопасности дорожного движения. Политикой определяются единые цели, принципы и обязательства в области охраны труда, промышленной и пожарной безопасности, безопасности дорожного движения, на основе которых осуществляется функционирование и совершенствование системы управления, отвечающей требованиям нормативных правовых актов РФ и требованиям международных стандартов в соответствующих сферах.

Цели в области охраны труда, промышленной и пожарной безопасности, безопасности дорожного движения

- достижение лидирующей позиции среди энергетических компаний России и мира в сфере соблюдения требований охраны труда, промышленной и пожарной безопасности, безопасности дорожного движения с учетом передовых методов работы и организации производства;
- создание безопасных условий труда и сохранение жизни и здоровья работников;
- снижение рисков аварий и инцидентов на опасных производственных объектах;
- снижение рисков дорожно-транспортных происшествий, связанных с производственной деятельностью;
- обеспечение необходимого уровня защищенности работников и имущественного

комплекса от пожаров.

Цели достигаются путем:

- последовательного снижения показателей травматизма, профессиональных заболеваний, аварийности на основе идентификации опасностей;
- организации безопасного производства путем оценки, анализа и управления рисками в области производственной безопасности для их ликвидации или обеспечения минимального уровня их воздействия;
- повышения компетентности работников и вовлечения их в систему управления производственной безопасностью.

Задание № 5. Текст байлайнера

Байлайнер

ФОТО

Обращение генерального директора ПАО «Аэрофлот»

Генеральный директор ПАО «Аэрофлот» Виталий Савельев обратился к пассажирам авиакомпании в связи с пандемией коронавируса COVID-19.

"Уважаемый пассажир,

Прежде всего, хочу Вас заверить, что для Аэрофлота ключевыми приоритетами всегда были и остаются здоровье и безопасность пассажиров. Наша компания предпринимает серьезные меры для обеспечения безопасности и предотвращения распространения вируса COVID-19", - говорится в обращении.

"В принятии решений, нацеленных на предотвращение распространения коронавируса, мы руководствуемся требованиями и рекомендациями Правительства России, федеральных агентств, а также требованиями, предъявляемыми регуляторами стран нашей маршрутной сети. Мы внимательно следим за официальными сообщениями международных организаций, таких как Всемирная организация здравоохранения. Кроме того, мы тесно сотрудничаем с аэропортом Шереметьево и другими аэропортами для своевременного принятия мер по обеспечению безопасности пассажиров.

С самого начала активного распространения вируса в качестве меры предосторожности мы перевели рейсы, прилетающие из Китая, в Терминал F аэропорта Шереметьево. В настоящее время Терминал F продолжает обслуживать рейсы, прибывающие из стран повышенного риска.

Санитарно-гигиенические процедуры в Аэрофлоте соответствуют самым высоким стандартам качества ведущих международных авиакомпаний. Наши самолеты оснащены самыми современными системами вентиляции воздуха, в них используется высокоэффективный фильтр HEPA, который отфильтровывает 99,98% находящихся в воздухе частиц.

Для обеспечения безопасности здоровья пассажиров и экипажа мы ввели дополнительные этапы уборки: дезинфицирующими средствами теперь обрабатываются все часто используемые предметы и поверхности, в том числе складные столики, подлокотники, пряжки ремней безопасности и экраны развлекательных систем.

Все самолеты Аэрофлота оснащены медицинскими и гигиеническими комплектами первой необходимости. Члены экипажа прошли обучение и дополнительную подготовку по мерам противодействия распространению вируса COVID-19. В случае появления у пассажира на борту первых симптомов наша команда готова отреагировать профессионально и обеспечить безопасность остальных пассажиров.

Мы скорректировали правила продажи, обмена и возврата авиабилетов так, чтобы пассажиры, планы которых вынужденно изменились, могли беспрепятственно изменить своё бронирование. Пассажиры, купившие билеты в страны повышенного риска, получили возможность поменять дату вылета и маршрут без доплат или вернуть полную стоимость билета в случае отмены рейса. Дополнительную информацию можно найти [здесь](#).

Аэрофлот отслеживает ситуацию и принимает решения в режиме реального времени. Мы регулярно публикуем обновления на официальном сайте и в социальных сетях, а также

информируем пассажиров по электронной почте.

Безусловно, для всего мира это беспрецедентное испытание. Уверен, мы пройдем его вместе. До скорой встречи на борту Аэрофлота". ПОДПИСЬ

Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)

Критерии оценки контрольных работ:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если он хорошо усвоил теоретический материал и выполнил практические задания не менее, чем на 60%;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он неудовлетворительно усвоил теоретический материал и выполнил практические задания менее, чем на 60%.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: **Собеседование по экзаменационным билетам.**

Перечень вопросов и заданий к экзамену и порядок формирования КИМ

Экзаменационный билет состоит из двух вопросов. Первый вопрос КИМ - теоретического характера. Он предполагает полный, развернутый и логически связанный ответ, демонстрирующий усвоенные знания студента.

Второй вопрос КИМ носит практико-ориентированную направленность и представляет собой задание по тексту: определение жанра PR-текста, анализ определенных групп признаков в предложенном материале PR, редактирование недостатков текста и др.

Экзаменационная оценка выставляется по совокупности ответов на первый и второй вопросы в соответствии со шкалой оценок по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Особенности языка текстов в связях с общественностью»

1. PR- тексты в функционально-стилистическом аспекте. Характерные черты научного, официально-делового, публицистического, рекламного и других стилей в текстах PR.
2. Стилистические особенности разных жанров PR.
3. Методика анализа PR-текстов. 4 группы дискурсивных признаков PR-текстов. На примере одного из жанров PR/
4. Стилистические особенности пресс-релиза. Пресс-релиз как основной оперативно-новостной жанр PR- текстов. Жанрово-стилистические признаки пресс-релиза. Виды пресс-релизов. Композиция пресс-релиза.
5. Язык и стиль имиджевого интервью. Отличительные признаки журналистского, рекламного и имиджевого интервью. Технология подготовки имиджевого интервью.
6. Стилистические особенности биографии. Виды биографии. Биография-анкета. Биография-рассказ. Биография-легенда.
7. Стилистические особенности приглашения. Жанрово-стилистические признаки приглашения. Композиция приглашения.

8. Бэкграундер как разновидность исследовательско-новостных жанров PR
9. Имиджевая статья и ее дифференциальные признаки.
10. Стилистические особенности байлайнера (статьи от первого лица компании). Особенности композиции байлайнера. Элементы других жанров PR-текстов в композиции байлайнера.
11. Жанрово-стилистические признаки кейс-стори. Стилиевые признаки художественной публицистики в текстах кейс-стори. Особенности композиции жанра кейс-стори/
12. Ньюслеттер как комбинированный жанр PR-текстов.
13. Стилистические особенности политической листовки как комбинированного жанра.
14. Пресс-кит. Стилиевое единство при создании пресс-кита. Композиция пресс-кита. Стилистические признаки текстов, входящих в пресс-кит.
15. Спичрайтинг. Стилистическое мастерство при создании текстов PR. Психологический подход к искусству спичрайтинга.
16. Виды речей в спичрайтинге. Композиция текстов, предназначенных для произнесения
Протокольные речи: приветствие, представление гостей, благодарность, прощание, некролог и др.
17. Поздравление как образно-новостной жанр PR. Жанрово-стилистические признаки поздравления.
18. Вербальные и невербальные средства воздействия на аудиторию в PR-выступлениях. Жесты, мимика, кинетика.
19. Вербальные и невербальные средства воздействия в PR-выступлениях. Средства интонации. Темп, тембр, паузы, дыхание, мелодика речи.
20. Недостатки PR-текстов. Речевые и стилистические ошибки. Ментальные, смысловые, логические ошибки и их редактирование в тексте.

Перечень практико-ориентированных заданий к КИМ по дисциплине «Особенности языка текстов в связях с общественностью»

21. Анализ стилистических особенностей пресс-релиза. Виды пресс-релизов. Композиция пресс-релиза. Ошибки в пресс-релизе и их редактирование.
22. Анализ языка и стиля имиджевого интервью. Отличительные признаки журналистского, рекламного и имиджевого интервью.
23. Стилистические особенности биографии. Анализ текста биографии-рассказа.
24. Стилистические особенности биографии. Анализ текста биографии-легенды.
25. Анализ жанрово-стилистических признаков приглашения. Композиция приглашения.
26. Бэкграундер как разновидность исследовательско-новостных жанров PR. Анализ узуально-стилистических и индивидуально-стилистических признаков бэкграундера.
27. Имиджевая статья и ее дифференциальные признаки. Анализ узуально-

стилистических и индивидуально-стилистических признаков имиджевой статьи.

28. Стилистические особенности байлайнера (статьи от первого лица компании). Анализ узуально-стилистических и индивидуально-стилистических признаков байлайнера.
29. Жанрово-стилистические признаки кейс-стори. Анализ узуально-стилистических и индивидуально-стилистических признаков кейс-стори. Анализ структурно-композиционных особенностей текста кейс-стори.
30. Ньюслеттер как комбинированный жанр PR-текстов. Анализ узуально-стилистических и индивидуально-стилистических признаков ньюслеттера.
31. Жанрово-стилистические особенности пресс-кита. Анализ узуально-стилистических и индивидуально-стилистических признаков комбинированного жанра пресс-кита.
32. Спичрайтинг. Стилистическое мастерство при создании текстов PR. Психологический подход к искусству спичрайтинга.
33. Виды речей в спичрайтинге. Анализ композиции текстов, предназначенных для произнесения (приветствие, благодарность, некролог и др.).
34. Поздравление как образно-новостной жанр PR. Жанрово-стилистические признаки поздравления. Анализ узуально-стилистических и индивидуально-стилистических признаков поздравления.
35. Анализ вербальных средств воздействия на аудиторию в PR-выступлениях (на примере речи приветствия).
36. _____ O
пределить недостатки PR-текстов: найти речевые и стилистические ошибки и отредактировать их.
37. _____ O
пределить недостатки PR-текстов: найти ментальные, смысловые, логические ошибки и отредактировать их.

Описание технологии проведения экзамена по дисциплине «Особенности языка текстов в связях с общественностью»

Студент выбирает экзаменационный билет, сообщает его номер экзаменатору и получает прилагающиеся к билету тексты для выполнения практико-ориентированных заданий. Студенту выдается бланк «Лист экзаменационного ответа», на котором он записывает свои ФИО, курс, направление обучения и номер группы, а в конце ответа — дату ответа и личную подпись. Бланк является основанием для оспаривания претензий к выставленной экзаменатором оценке. Время на подготовку — не менее 30 минут. Если студент не подготовился к определенному сроку, то преподаватель имеет право самостоятельно вызвать его для ответа. Лист ответа остается у преподавателя. Оценка выставляется в экзаменационную ведомость и в зачетную книжку студента.

Если во время подготовки к ответу экзаменатор заметит у студента разного рода шпаргалки, в том числе и мобильные устройства, он имеет право удалить студента из аудитории и не засчитать его ответ.

Проведение экзамена в форме онлайн, то есть с использованием различных образовательных ресурсов без присутствия преподавателя и студентов в аудитории. В этом случае студенты получают электронные бланки с вариантами практико-ориентированных заданий, соответствующих номеру выбранного билета. Студенты обязаны ОТ РУКИ записать ответ на теоретический вопрос экзамена и выполнить практические задания,

сфотографировать их и выставить в Moodle. Время выполнения — 1 академический час (45 минут). При реализации дисциплины применяются элементы электронного обучения и дистанционные образовательные технологии. Используется платформа Moodle на портале edu.vsu.ru.

Если студент вовремя не пришлет ответы, то экзаменатор имеет право не засчитать результаты экзамена.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
«Отлично» ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
«Хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
«Удовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает ошибки при решении практических задач;	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
«Неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.	–	<i>Неудовлетворительно</i>