

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна
Тулупов В.В.
подпись, расшифровка подписи
18.04.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ФТД.В.02 Творческая лаборатория по СО

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:

42.04.05 Медиакоммуникации

2. Профиль подготовки/специализация:

3. Квалификация (степень) выпускника: магистр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: рекламы и дизайна

**6. Составители программы: Пивоварова Мария Игоревна, к.ф.н, доцент кафедры
связей с общественностью, рекламы и дизайна**

7. Рекомендована: протоколом НМС факультета журналистики №7 от 18.04.2024

8. Учебный год: 2025-2026

Семестр(ы): 3

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель - обучение основным понятиям курса, формирование целостного представления у студентов об основных жанровых разновидностях PR-текстов (письменных и устных), а также использование полученных знаний для создания собственных текстов.

Задачи учебной дисциплины:

- 1) ознакомление студентов с основными понятиями жанровой типологии PR-текстов;

- 2) формирование представления о многообразии PR-текстов, правилах их оформления и способах рассылки;
- 3) создание собственных PR-текстов в рамках изучаемых тем.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «ФТД.В.02 Творческая лаборатория по СО» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.05 «Медиакоммуникации».

Творческая лаборатория по СО – это дисциплина, имеющая прикладной характер. Она направлена на получение практических навыков написания PR-текстов в рамках заданных тем. В контексте дисциплины студенты изучают принципы написания комбинированных текстов, медиатекстов, внутренних документов медиакомпаний и имиджевых текстов.

Учебной дисциплине «ФТД.В.02 Творческая лаборатория по СО» предшествуют следующие дисциплины: «Имидж в медиасфере», «Основы медиакоммуникаций».

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

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-2	Способен осуществлять контроль реализации концепций медиапроектов и проводить анализ результатов деятельности авторских коллективов	ПК-2.1	Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов	Знать: особенности концептуальных документов деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов Уметь: Разрабатывать концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов Владеть: способами разработки концептуальных документов деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.(в соответствии с учебным планом) — 2 ЗЕТ/72 часа.

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) зачет.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость
--------------------	--------------

		Всего	По семестрам		
			№ семестра	№ семестра	...
Аудиторные занятия					
в том числе:	лекции				
	практические				
	лабораторные				
Самостоятельная работа					
в том числе: курсовая работа (проект)					
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – ___ час.)					
Итого:					

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лабораторные работы		
1.1	PR-текст: основные характеристики	PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер
1.2	Жанры первичных PR-текстов	Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры. Фактологические жанры. Исследовательские жанры. Образно-новостные жанры. Текст устного публичного выступления.
1.3	Комбинированные тексты	Пресс-кит, буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер, листовка)
1.4	Медиатексты	Имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори.
1.5	Внутренние документы медиакомпаний	Корпоративный кодекс как внутренний документ
1.6	Тексты имиджевого характера	Создание резюме и сопроводительного письма

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Лабораторные	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1	PR-текст: основные характеристики			4	8	12
2	Жанры первичных PR-текстов			4	8	12
3	Комбинированные тексты			4	8	12
4	Медиатексты			6	6	12
5	Внутренние документы медиакомпаний			4	6	10
6	Тексты имиджевого характера			6	8	14
	Итого:			28	44	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение курсовой работы, практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего магистра. Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе занятия они внимательно следят за ходом изложения материала, аккуратно ведут конспект. Конспектирование – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по узловым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуется в кратчайшие сроки после объяснения преподавателя проработать материал, а конспект дополнить и откорректировать. Последующая работа над конспектом воспроизводит в памяти содержание теоретического материала, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить изученное в памяти.

Помимо конспектов при подготовке к практическим занятиям студенты должны обращаться к учебникам, учебным и методическим пособиям, указанным в пунктах 15 и 16. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов преподавателями кафедры были разработаны следующие учебные пособия «Связи с общественностью: теория и практика», «Реклама и связи с общественностью: Теория и практика», «Задачник по PR».

На лабораторных занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу.

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.	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – 372 с.
2.	Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: учебное пособие.- 2-е изд., доп. и перераб. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 319 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=104323

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3.	Гнетнев А. И. Современная пресс-служба: учебник/ А.И. Гнетнев, М.С.Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. - 413 с.

4.	Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие / под ред. В.В. Тулупова и Е.Е. Топильской. – Воронеж : Кварта, 2010. - 327 с.
----	---

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурсы Интернет
5.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
6.	ЭБС Лань. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/
7.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
8.	ЭБС Консультант студента – Режим доступа: https://studentlibrary.ru/
9.	ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340
10	Независимый журнал о PR– Режим доступа: http://www.mediabitch.ru
11	Сайт о творчестве – Режим доступа: http://www.adme.ru

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

1	Задачник по PR: учебное пособие /А. Е. Богоявленский, Е. Б. Курганова, Д. Н. Нечаев и др/ под ред. М.Е. Новичихиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2011. – 118 с.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.
3	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.
4	Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с.
5	Требования к выпускной квалификационной и курсовым работам на кафедре связей с общественностью: методические рекомендации/ под ред. проф. М.Е. Новичихиной и доц. Е.Е.Топильской. – Воронеж, 2013. – 40 с.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

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. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeStd 2013 RUS OLP NL Acdmс; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; MathWorks Total Academic Headcount – 25; СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в Интернет.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)

оборудование: мультимедиа-проектор 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: мультимедиа-проектор 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: мультимедиа-проектор 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: мультимедиа-проектор 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(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	PR-текст: основные характеристики	ПК-2	ПК-2.1	Контрольная работа
2.	Жанры первичных PR-текстов	ПК-2	ПК-2.1	Тест
3.	Комбинированные тексты	ПК-2	ПК-2.1	Контрольная работа
4.	Медиатексты	ПК-2	ПК-2.1	Тест
5.	Внутренние документы медиакомпаний	ПК-2	ПК-2.1	Тест
6.	Тексты имиджевого характера	ПК-2	ПК-2.1	Тест
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет				Перечень вопросов к зачету

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах устного опроса (индивидуальный опрос, фронтальная беседа, доклады); письменных работ (контрольные), тестирования; оценки результатов практической деятельности (курсовая работа, портфолио и др.). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков. При оценивании используются качественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.

2.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

1. Практикоориентированные задания/домашние задания
2. Тестовые задания
3. Контрольная работа

Перечень заданий, тем рефератов, тем презентаций, курсовых, докладов, лабораторных работ требования к представлению портфолио

Темы для контрольных работ

1. Оперативно-новостные жанры.
2. Исследовательско-новостные жанры.
3. Фактологические жанры.
4. Исследовательские жанры.
5. Образно-новостные жанры.

Тестовые задания

1. Все ли из нижеперечисленного подходит для описания опыта работы в резюме?
 - a) должен быть цельным (без длительных перерывов в карьере);
 - b) должен выглядеть стабильным;
 - c) необходимо уделить внимание последним трем годам работы;
 - d) начать с организации, где вы работали последний раз, а закончить – первым местом трудоустройства.
 - e) указать род деятельности компании (если она неизвестна на рынке).
2. Байлайнер – это:
 - a) имиджевая статья;
 - b) авторская статья;
 - c) занимательная статья;
 - d) обзорная статья.
3. Какие правила не содержит деловой кодекс?
 - a) запрещающие
 - b) предписывающие
 - c) описывающие
 - d) рекомендуемые
4. В какой рубрике корпоративного издания чаще всего размещают байлайнер?
 - a) «Колонка главного редактора»;
 - b) «От первого лица»;
 - c) «Новости»;
 - d) «Фотофакт».

5. Какой из перечисленных документов зачастую являются содержимым пресс-кита?

- a) каталог;
- b) пресс-релиз;
- c) рекламный буклет;
- d) прейскурант.

6. Какой PR-документ часто имеет форму папки формата А4?

- a) пресс-дайджест;
- b) годовой отчет;
- c) пресс-кит;
- d) медиа-план.

7. Какое из приведенных ниже понятий принять считать синонимом пресс-кита в практике российских PR?

- a) медиа-карта;
- b) база данных;
- c) информационный пакет;
- d) медиа-кит.

8. Сопроводительное письмо –

- a) дополняет документы при поступлении на работу
- b) то же, что и резюме
- c) может быть направлено при поступлении на работу вместо резюме
- d) дублирует информацию в резюме

9. Какие из перечисленных материалов для СМИ считаются текстами с обязательным лидом?

- a) пресс-релиз;
- b) биография;
- c) приглашение;
- d) факт-лист.

10. Корпоративный кодекс является частью

- a) ценностно-нормативной культуры;
- b) культуры внутренних коммуникаций;
- c) культуры внешней идентификации;
- d) Социально-психологической культуры.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседование по экзаменационным билетам (по билетам к зачету)

Перечень вопросов к зачету

1. Жанровая типология простых первичных PR-текстов.
2. Резюме как текст. Основные правила написания.
3. Основные требования к написанию сопроводительного письма.
4. Оперативно-новостные жанры (общая характеристика, основные тексты).
5. Пресс-релиз как основная жанровая разновидность PR-текста (виды пресс- релизов, правила составления и оформления, способы рассылки).
6. Внутренние документы в системе внутрикорпоративных связей.
7. Интернет-релиз: особенности создания и распространения.
8. Приглашение для СМИ: креативный подход к разработке и рассылке.
9. Исследовательско-новостные жанры (общая характеристика, анализ основных текстов).
10. Корпоративный кодекс как основной внутренний документ компании.
11. Фактологические жанры (общая характеристика, анализ основных текстов).
12. Исследовательские жанры (общая характеристика, анализ текста заявления для СМИ).
13. Образно-новостные жанры (общая характеристика, анализ основных текстов).
14. Комбинированные тексты: общая характеристика.
15. Медiateксты: общая характеристика.

Описание технологии проведения зачета:

Зачет проводится в форме устного опроса по билетам, с предварительной подготовкой на листе ответов. В билете содержится 2 теоретических вопроса.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- 1) умение создавать концепции;
- 2) умение предлагать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта;
- 3) владение навыками реализации концепции медиапроектов;
- 4) владение навыками создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
---------------------------------	--------------------------------------	--------------

Полное соответствие ответа обучающегося всем перечисленным критериям. Продемонстрированы знания в области коммуникативной деятельности в имиджологии; умение применять технологии и инструментарий имиджологии в проектной деятельности; владение способами конструирования различных типов имиджей. Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области...	<i>Повышенный уровень</i>	<i>зачтено</i>
Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки имиджологии, способен применять технологии и инструментарий имиджологии в проектной деятельности, допускает ошибки при конструировании различных типов имиджей.	<i>Базовый уровень</i>	<i>зачтено</i>
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым двум (трем) из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы. Демонстрирует частичные знания в области коммуникативной деятельности в сфере имиджологии, не умеет конструировать имидж, допускает существенные ошибки в применении технологий и инструментария имиджологии.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>зачтено</i>
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем (четырем) из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки в применении инструментария имиджологии, не владеет способами конструирования различных видов имиджа.	—	<i>Не зачтено</i>