

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

связей с общественностью

Е.Е.Топильская


подпись

22.06.2017

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02 Работа с текстами в связях с общественностью

Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом

1. Шифр и наименование направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки: СО в СМИ, Реклама в СМИ

3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью

6. Составители программы: Курганова Е.Б., кандидат филологических наук, доцент

7. Рекомендована: протоколом НМС факультета журналистики №8 от 30.05.2017

8. Учебный год: 2018-2019

Семестр: 4

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели: обучение основным понятиям курса, формирование целостного представления у студентов об основных жанровых разновидностях PR-текстов (письменных и устных).

Задачи:

а) ознакомить студентов с основами жанровой типологии PR-текстов (терминологией, важнейшими теоретическими положениями, методологией и методиками исследования);

б) ориентировать студентов в следующих вопросах:

Основной понятийно-категориальный аппарат жанровой типологии PR-текстов.

История возникновения и развития PR-текстов.

PR и коммуникативная среда.

в) ознакомить студентов с основными понятиями жанровой типологии PR-текстов;
 г) дать представление о многообразии PR-текстов, правилах их оформления и способах рассылки.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: Учебная дисциплина Б1.В.02 «Работа с текстами в связях с общественностью» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (обязательные дисциплины). Дисциплина является предшествующей для курсов Б1.Б.28 Медиарилейшнз, Б1.Б.22 Организация работы отдела связей с общественностью.

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

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОПК-3	обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга	знать специфику письменных текстов СО и устных публичных выступлений, а также их типы и виды; уметь создавать СО-тексты, разрабатывать информационные материалы для участников пресс-конференций и брифингов; владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга
ПК-16	обладать способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	знать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; владеть навыками под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

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

13. Виды учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)			
	Всего	По семестрам		
		4 сем.		
Аудиторные занятия	30	30		

лекции				
лабораторные	30	30		
Самостоятельная работа	42	42		
Итого:	72	72		

13.1. Содержание разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	PR-текст: основные характеристики	PR-информация в публичных коммуникациях. PR-текст как объект научного изучения. PR-текст: история становления и развития. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский).
2	Проблемы типологии и жанрообразования PR-текста	Проблемы классификации и принципы типологии PR-текстов. Специфика жанрообразования в PR коммуникациях. Жанровая типология простых первичных PR-текстов.
3	Характеристика жанров первичных PR-текстов	Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры. Фактологические жанры. Исследовательские жанры. Образно-новостные жанры. Текст устного публичного выступления.
4	Жанровое своеобразие комбинированных PR-текстов	Комбинированные тексты (пресс-кит, буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер, листовка).
5	Жанровое своеобразие медиатекстов	Медиатексты: имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1	PR-текст: основные характеристики			4	4	8
2	Проблемы типологии и жанрообразования PR-текста			4	4	8
3	Характеристика жанров первичных PR-текстов			10	18	28
4	Жанровое своеобразие комбинированных PR-текстов			6	10	16
5	Жанровое своеобразие медиатекстов			6	6	12
	Итого			30	42	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего бакалавра рекламы и связей с общественностью. 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 лабораторным 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.

Основное внимание следует уделять выработке у студентов навыков при выполнении практических заданий 1) в рамках внеаудиторной дидактической формы организации самостоятельной работы (поиск СО-текстов в сети Интернет и редакциях СМИ для проведения анализа соблюдения правил оформления и редактирования); 2) внеаудиторной творческой формы организации самостоятельной работы (посещение мероприятий, обладающих потенциалом новостного повода (фестивалей, выставок), для сбора информации и создания на ее основе СО-текста (пресс-релиза, бэкграундера, приглашения для СМИ и др.).

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. - ISBN: 978-5-7567-0642-0. - <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=104323 >

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
-------	----------

3.	Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К.А. Иванова. – СПб.: Питер, 2010. – 176 с.
4.	Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривоносов. - СПб. : Петербургское востоковедение, 2002. – 288 с.
5.	Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие / под ред. В.В. Тулупова и Е.Е. Топильской. – Воронеж : Ф-т жур-ки ВГУ, 2010. - 248 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурсы Интернет
6.	Независимый журнал о PR– URL: http:// www. mediabitch. ru
7.	Сайт о творчестве – URL: http:// www.adme.ru

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

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. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ([http // www.lib.vsu.ru/](http://www.lib.vsu.ru/)).

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)

типовое оборудование аудитории, проектор, экран, ноутбук, Microsoft Office — офисный пакет приложений от корпорации Microsoft для операционных систем Microsoft Windows, Windows Phone, Android, OS X, iOS. В состав этого пакета входит программное обеспечение для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных и др.

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС (средства оценивания)
ОПК-3 обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга	Знать специфику письменных текстов СО и устных публичных выступлений, а также их типы и виды	Раздел 1. СО-текст: основные характеристики. Раздел 2. Проблемы типологии и жанрообразования PR-текста Раздел 3. Характеристика жанров первичных СО-текстов (письменных и устных) Раздел 4. Жанровое своеобразие комбинированных СО-текстов. Раздел 5. Жанровое своеобразие медиатекстов.	Тест
	Уметь создавать СО-тексты, разрабатывать информационные материалы для участников пресс-конференций и брифингов	Раздел 3. Характеристика жанров первичных СО-текстов.	Контрольная работа
	Владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга	Раздел 3. Характеристика жанров первичных СО-текстов.	Контрольная работа
ПК-16 обладать способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные	Знать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Раздел 1. СО-текст: основные характеристики. Раздел 2. Проблемы типологии и жанрообразования PR-текста Раздел 3. Характеристика жанров первичных СО-текстов (письменных и устных) Раздел 4. Жанровое своеобразие комбинированных СО-	Тест

материалы		текстов. Раздел 5. Жанровое своеобразие медиатекстов.	
	уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Раздел 3. Характеристика жанров первичных СО-текстов.	Контрольная работа
	владеть навыками под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Раздел 3. Характеристика жанров первичных СО-текстов.	Контрольная работа
	Промежуточная аттестация 1 Зачет		Комплект КИМ

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом дисциплины;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять теоретические знания на практике, решать практические задачи в области литературного редактирования, копирайтинга.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области литературного редактирования, копирайтинга.	Повышенный уровень	Отлично

Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области литературного редактирования, копирайтинга, но допускает при этом отдельные ошибки.	Базовый уровень	Хорошо
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области литературного редактирования, копирайтинга.	Пороговый уровень	Удовлетвори- тельно
Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в области литературного редактирования, копирайтинга.	–	Неудовлетвори- тельно

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

19.3.1 Перечень вопросов к зачету

1. PR-текст и его основные признаки.
2. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский).
3. Классификация PR-текстов по признакам: адресат (группа общественности) и способ доставки текста.
4. Жанровая типология простых первичных PR-текстов.
5. Оперативно-новостные жанры (общая характеристика, основные тексты).
6. Пресс-релиз как основная жанровая разновидность PR-текста (виды пресс-релизов, правила составления и оформления, способы рассылки).
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. Фактологические жанры (общая характеристика, анализ основных текстов).
11. Исследовательские жанры (общая характеристика, анализ текста заявления для СМИ).
12. Образно-новостные жанры (общая характеристика, анализ основных текстов).
13. Комбинированные тексты: общая характеристика.
14. Медиатексты: общая характеристика.

19.3.2 Тестовые задания

Комплект заданий для тестирования

по дисциплине Б1.В.02 РАБОТА С ТЕКСТАМИ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
(наименование дисциплины)

Задание 1. Пресс-релиз – это:

- а) жанр PR-текста, несущий предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию;
- б) текст о новостном событии, в котором адресату предлагается принять участие;
- в) текст, представляющий расширенную информацию текущего характера;
- г) краткий документ, отражающий профиль организации.

Задание 2. Какие из перечисленных материалов для СМИ считаются текстами с обязательным лидом?

- а) пресс-релиз;
- б) биография;
- в) приглашение;
- г) факт-лист.

Задание 3. Байлайнер – это:

- а) имиджевая статья;
- б) авторская статья;
- в) занимательная статья;
- г) обзорная статья.

Задание 4. Какой PR-материал в качестве подзаголовка использует такие слова, как «мнение» или «позиция»?

- а) заявление для СМИ;
- б) бэкграундер;
- в) факт-лист;
- г) ньюс-релиз.

Задание 5. Обращение и подпись (рамочные элементы) являются неотъемлемыми компонентами структуры:

- а) письма;
- б) заявления для СМИ;
- в) пресс-релиза;
- г) биографии.

Задание 6. Какой вид биографии используется лишь в политической коммуникации?

- а) биография-конспект;
- б) биография-легенда;
- в) биография-рассказ;
- г) биография-повествование.

Задание 7. Выберите из предложенных виды пресс-релиза:

- а) текущий релиз;
- б) релиз-комментарий;
- в) анонсирующий релиз;
- г) ньюс-релиз.

Задание 8. Как называется структурная часть СО-текста, в которой содержатся пожелания адресату?

- а) промесив;
- б) конгратулятив;
- в) оптатив;
- г) вводная часть.

Задание 9. Рамочные элементы – обязательная структурная часть:

- а) оперативно-новостных жанров;
- б) исследовательских жанров;

- в) фактологических;
- г) образно-новостных жанров.

Задание 10. Бэкграундер входит в группу:

- а) оперативно-новостных жанров;
- б) исследовательско-новостных жанров;
- в) фактологических жанров;
- г) исследовательских жанров.

Задание 11. Какой СО-текст часто обозначают как «Справка»?

- а) бэкграундер;
- б) лист вопросов-ответов;
- в) факт-лист;
- г) пресс-релиз.

Задание 12. В какой рубрике корпоративного издания чаще всего размещают байлайнер?

- а) «Колонка главного редактора»;
- б) «От первого лица»;
- в) «Новости»;
- г) «Фотофакт».

Задание 13. Бэкграундер содержит:

- а) оперативную информацию;
- б) информацию для немедленного размещения в СМИ;
- в) дополнительную информацию;
- г) информацию, разъясняющую точку зрения организации по какому-либо вопросу.

Задание 14. В группу фактологических жанров входят:

- а) факт-лист и биография;
- б) бэкграундер и факт-лист;
- в) пресс-релиз и приглашение;
- г) лист вопросов-ответов и заявление для СМИ.

Задание 15. Большое количество цифровой информации и статистики - неотъемлемый признак:

- а) пресс-релиза;
- б) факт-листа;
- в) приглашения;
- г) заявления для СМИ.

Задание 16. Для какого PR-текста характерны апелляция к юридическим нормам, ссылки на нормативные документы?

- а) биография;
- б) пресс-релиз;
- в) байлайнер;
- г) заявление для СМИ.

Задание 17. Какой из перечисленных документов зачастую являются содержимым пресс-кита?

- а) каталог;
- б) пресс-релиз;
- в) рекламный буклет;
- г) прейскурант.

Задание 18. Набор представляющих интерес для прессы разножанровых PR -текстов, объединенных одним новостным поводом, носит название:

- а) медиа-карта;
- б) пресс-ревью;
- в) информационный пакет;
- г) пресс-кит.

Задание 19. Какой PR-документ часто имеет форму папки формата А4?

- а) пресс-дайджест;
- б) годовой отчет;
- в) пресс-кит;

г) медиа-план.

Задание 20. Какое из приведенных ниже понятий принято считать синонимом пресс-кита в практике российских PR?

- а) медиа-карта;
- б) база данных;
- в) информационный пакет;
- г) медиа-кит.

Ключ: 1а) 2ав) 3б) 4а) 5а) 6б) 7вг) 8в) 9г) 10б) 11в) 12б) 13в) 14а) 15б) 16 г) 17б) 18г) 19в) 20в)

19.3.3 Перечень заданий для контрольных работ

Комплект заданий для контрольной работы

по дисциплине Б1.В.02 РАБОТА С ТЕКСТАМИ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование дисциплины)

Тема Характеристика жанров первичных СО-текстов (письменных и устных)

Задание 1. В соответствии с предлагаемым новостным поводом разработать пресс-релиз и определить каналы его рассылки.

Задание 2. Реконструировать пресс-релиз из журналистского текста, написанного на его основе.

Задание 3. Отредактировать предложенный пресс-релиз / интернет-релиз. Привести его в соответствие с существующими нормами подготовки и оформления таких текстов.

Задание 4. Разработать креативное приглашение для СМИ на мероприятие субъекта PR.

Задание 5. Создать биографию первых или должностных лиц компании-заказчика для размещения в СМИ.

Задание 6. Разработать варианты заголовков для предложенного заявления для СМИ.

Задание 7. Подготовить байлайнер от имени первых лиц компании-заказчика для размещения на официальном веб-ресурсе.

Задание 8. Создать текст устного публичного выступления для первых лиц компании-заказчика по актуальным темам текущей медийной повестки.

19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

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

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы); оценки результатов практической деятельности (курсовая работа). Критерии оценивания приведены выше.

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

Промежуточная аттестация может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.

При сдаче зачета:

«зачтено» – 3-5 баллов,

«не зачтено» – 2 балла.

Программа рекомендована протоколом НМС факультета журналистики №8 от 30.05.2017

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
шифр и наименование направления/специальности

Дисциплина Б1.В.02 Работа с текстами в связях с общественностью
код и наименование дисциплины

Профиль подготовки: СО в СМИ, Реклама в СМИ

Форма обучения: очная

Учебный год 2017-2018

Ответственный исполнитель

к.ф.н., доцент кафедры СО



Курганова Е.Б. .2017

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

Исполнители

_____ .___. 20__

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

_____ .___. 20__

должность, подразделение

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО

Куратор ООП ВПО

по направлению/ специальности



Бибчук Е.М. .2017

подпись

расшифровка подписи

Зав.отделом обслуживания ЗНБ



Шалина И.П. .2017

подпись

расшифровка подписи

РЕКОМЕНДОВАНА НМС факультета журналистики протокол №8 от 30.05.2017

(наименование факультета, структурного подразделения)