

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.



17.04.2025 г.

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: Массмедиа и контент-маркетинг

3. Квалификация (степень) выпускника: магистр

4. Форма обучения: очная

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

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

7. Рекомендована: Научно-методическим советом факультета журналистики
17.04.2025 г. протокол № 7

8. Учебный год: 2026-2027

Семестр(ы): 3

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются: 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 «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 проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	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 – 2 ЗЕТ/72 часа.

Форма промежуточной аттестации – 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					
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	Медiateксты	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	Практические	Лабораторные	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

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	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.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
7.	ЭБС Консультант студента – Режим доступа: https://studentlibrary.ru/
8.	ЭУМК «Тексты в связях с общественностью» Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7340
9.	Независимый журнал о PR– Режим доступа: http://www.mediabitch.ru
10	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. Шукиной, 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 дисциплины используются 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.

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 В-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;

ПК (intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier

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. 118 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55" Haier

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.

Программное обеспечение:

WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление), СПС «ГАРАНТ-Образование».

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			Тест
3.	Комбинированные тексты			Контрольная работа
4.	Медиаатексты			Тест
5.	Внутренние документы медиакомпаний			Тест
6.	Тексты имиджевого характера			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.

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

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

Темы для контрольных работ

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

Тестовые задания

Тест содержит 20 вопросов, на которые нужно выбрать правильный ответ из предложенных вариантов.

Примеры вопросов:

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. 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 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.

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.

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 имиджелогии; умение применять технологии и инструментарий имиджелогии 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>	Зачтено
Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки имиджелогии, способен применять технологии и инструментарий имиджелогии в проектной деятельности, допускает ошибки при конструировании различных типов имиджей.	<i>Базовый уровень</i>	Зачтено
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 имиджелогии, не умеет конструировать имидж, допускает существенные ошибки в применении технологий и инструментария имиджелогии.	<i>Пороговый уровень</i>	Зачтено
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем (четырем) из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки в применении инструментария имиджелогии, не владеет способами конструирования различных видов имиджа.	–	Не зачтено