

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой истории и типологии
русской и зарубежной литературы



Фаустов А.А.
24.04.2024

5

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.02 PR-коммуникации и жанры PR-текста

Код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:

45.04.01 Филология

2. Профиль подготовки/специализация:

Практическая филология в организации административной, культурной и образовательной деятельности

3. Квалификация выпускника: магистр

4. Форма обучения: заочная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:

истории и типологии русской и зарубежной литературы

6. Составители программы: С. А. Ларин, к. филол. н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

7. Рекомендована: НМС филологического факультета 24.04.2025, протокол № 4

(наименование recommending структуры, дата, номер протокола,

отметки о продлении вносятся вручную)

8. Учебный год: 2026 – 2027, 2027-2028

Триместр(ы): 3–5

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является приобретение необходимых профессиональных знаний в сфере PR-коммуникаций.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить с основными принципами анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; с жанровой структурой PR и принципами типологического анализа для выявления жанровой природы продукта деятельности пиармена в различных аспектах; с принципами этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; с принципами создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; с механизмами создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов;

- формировать умение демонстрировать представление об основных принципах анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; проводить анализ жанровой структуры PR-текста в лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах; давать этическую и эстетическую оценку PR-коммуникации и PR-текстов различных жанров; демонстрировать представление о принципах создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; создавать и редактировать профессионально ориентированные PR-тексты различных жанров;

- развивать навыки анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; определения жанровой структуры PR и анализа PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; применения на практике принципов создания PR-текстов различных типов и жанров; создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов различных жанров.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Курс относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (вариативная часть, дисциплины по выбору) блока Б1. Освоение дисциплины требует наличия у студентов входных знаний, умений и навыков в области делового этикета, психологии личности и теории медиа, которые должны были быть сформированы в процессе изучения таких курсов, как «Теория и практика аргументации», «Современные теории и технологии развития личности», «Информационные технологии в филологических исследованиях». Дисциплина, в свою очередь, является предшествующей для таких курсов, как «Современное литературно-критическое и театральное рецензирование. Медиатекст и медиакритика: теория и практика», «Социальность и медиакультура», «Технологии менеджмента в социокультурной сфере».

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-1	Способен, используя методы филологических наук, проводить анализ текста в лингвистическом, историко-литературном, социокультурном и других аспектах	ПК-1.1	Демонстрирует представление об основных принципах анализа текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах	<p>Знать: основные принципы анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах.</p> <p>Уметь: демонстрировать представление об основных принципах анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах.</p> <p>Владеть: навыками анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах.</p>
		ПК-1.2	Проводит анализ текста в лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах	<p>Знать: жанровую структуру PR и принципы типологического анализа для выявления жанровой природы продукта деятельности пиармена в различных аспектах.</p> <p>Уметь: проводить анализ жанровой структуры PR-текста в лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах.</p> <p>Владеть: навыками определения жанровой структуры PR и анализа PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах.</p>
		ПК-1.4	Дает этическую и эстетическую оценку художественным и иным текстам и явлениям культуры	<p>Знать: принципы этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена.</p> <p>Уметь: давать этическую и эстетическую оценку PR-коммуникации и PR-текстов различных жанров.</p> <p>Владеть: навыками этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена.</p>
ПК-2	Способен к созданию, редактированию, реферированию, систематизированию и трансформации всех типов текста	ПК-2.1	Демонстрирует представление о принципах создания текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности	<p>Знать: принципы создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: демонстрировать представление о принципах создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками применения на практике принципов создания PR-текстов различных типов и жанров.</p>
		ПК-2.2	Создает и редактирует профессионально ориентированные, академические и	<p>Знать: механизмы создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов.</p> <p>Уметь: создавать и редактировать</p>

			иные тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и др.)	профессионально ориентированные PR-тексты различных жанров. Владеть: навыками создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов различных жанров.
--	--	--	--	---

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.(в соответствии с учебным планом) — 4 / 144.

Форма промежуточной аттестации(зачет/экзамен) зачет

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По триместрам		
		№ триместра 3	№ триместра 4	№ триместра 5
Аудиторные занятия	22	10	2	10
в том числе:	лекции	10	4	4
	практические	12	6	6
	лабораторные			
Самостоятельная работа	114	58	16	40
в том числе: курсовая работа (проект)				
Форма промежуточной аттестации	8	Зачет 4		Зачет 4
Итого:	144	72	18	54

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-коммуникации и проблемы массовой информации.	Теории массовой коммуникации и PR. PR и реклама. PR и маркетинговые стратегии.	-
1.2	Определение PR. Принципы и функции PR.	Определения PR. Основные принципы деятельности института PR. Исторические модели развития и функции PR.	-
1.3	PR и близкая к ним деятельность. «Черный» и «цветной» PR.	Пресс-посредничество. Продвижение. Паблисити. Реклама. Маркетинг. Торговля. «Красный» PR. «Серый» PR. «Черный» PR. «Желтый» PR.	-
1.4	Этическая и правовая сторона деятельности PR-служб. Требования к личным качествам специалистов по PR.	Закон РФ о рекламе и PR. Аудитория PR. Пиармен: профессионал и личность. Требования к личным качествам специалистов по PR в США, Великобритании, Франции. Образование специалистов по PR.	-
1.5	PR-текст: существенные характеристики. Типология жанров PR-текста.	PR-информация в публичных коммуникациях. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер. Проблемы классификации и принципы типологии. Специфика жанрообразования в письменных PR-коммуникациях. Жанровая типология простых первичных PR-текстов.	-

2. Практические занятия			
2.1	Исследовательские жанры. Исследовательско-новостные жанры.	Заявление для прессы. Заявление в политическом PR. Бэкграундер. Структура и композиция бэкграундера. Лист вопросов-ответов.	-
2.2	Оперативно-новостные жанры.	Пресс-релиз. Структура пресс-релиза. Функция пресс-релиза в PR-коммуникациях. Новостной лист. Приглашение. Структура приглашения. Приглашение для журналистов и для различных групп общественности.	-
2.3	Образно-новостные жанры.	Байлайнер. Поздравление. Письмо.	-
2.4	Комбинированные PR-тексты.	Пресс-кит. Буклет, проспект, брошюра. Ньюслеттер. Листовка.	-
2.5	Медиатексты.	Имиджевая статья. Имиджевое интервью. Кейс-стори.	-
2.6	Смежные тексты.	Слоган. Резюме. Пресс-ревью.	-

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1.1	PR-коммуникации и проблемы массовой информации.	2			4	6
1.2	Определение PR. Принципы и функции PR.	2			11	13
1.3	PR и близкая к ним деятельность. «Черный» и «цветной» PR.	2			11	13
1.4	Этическая и правовая сторона деятельности PR-служб. Требования к личным качествам специалистов по PR.	2			11	13
1.5	PR-текст: существенные характеристики. Типология жанров PR-текста.	2			11	13
1.6	Исследовательские жанры. Исследовательско-новостные жанры.		2		11	13
1.7	Оперативно-новостные жанры.		2		11	13
1.8	Образно-новостные жанры.		2		11	13
1.9	Комбинированные PR-тексты.		2		11	13
1.10	Медиатексты.		2		11	13
1.11	Смежные тексты.		2		11	13
	Итого:	10	12		114	136

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекция. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью

энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Практические занятия. Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме. Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам.

Подготовка к зачету. При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и практические занятия.

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.	Артамонов, Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие / Д. С. Артамонов. — Саратов : СГУ, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-292-04610-3. https://e.lanbook.com/book/148897
2.	Башкарев, А. А. Основы PR : учебное пособие / А. А. Башкарев. — Санкт-Петербурга : СПбГПУ, 2017. — 94 с. https://e.lanbook.com/book/105492
3.	Прохоров, А. В. Технологии написания рекламных и PR-текстов : учебное пособие / А. В. Прохоров. — Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2016. — 145 с. https://e.lanbook.com/book/137584

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4.	Гендерные основы PR и рекламы : учебное пособие / составитель Т. Н. Мартынова. — Кемерово : КеМГУ, 2016. — 142 с. — ISBN 978-5-8353-2060-8. https://e.lanbook.com/book/141557
5.	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 131 с. https://e.lanbook.com/book/103778
6.	Руженцева, Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н. Б. Руженцева. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 184 с. https://e.lanbook.com/book/85944
7.	Широкова, Е. В. Стилистика PR-текстов : учебное пособие / Е. В. Широкова. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 232 с. https://e.lanbook.com/book/99525
8.	Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. — 452 с. https://e.lanbook.com/book/108701

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет):

№ п/п	Ресурс
9.	Электронный каталог научной библиотеки Воронежского государственного университета. — (http // www.lib.vsu.ru /)
10.	Электронная библиотечная система «Консультант студент» - (http://www.studentlibrary.ru/)

11.	ЭБС «Университетская библиотека online» - (https://biblioclub.ru/)
12.	ЭБС «Лань» - (https://e.lanbook.com/)
13.	ЭБС ЮРАЙТ – (https://www.biblio-online.ru/)

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

№ п/п	Источник
1.	Интернет-реклама и PR к практическим занятиям : методические указания / составитель М. С. Круглова. — Москва : ФЛИНТА, 2021. — 42 с. https://e.lanbook.com/book/182983
2.	Теория и практика рекламного и PR-текста : учебно-методическое пособие / составитель Н. А. Кузнецова. — Барнаул : АлтГУ, 2014. — 130 с. https://e.lanbook.com/book/154939

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

При реализации различных видов учебной работы могут быть использованы следующие образовательные технологии:

Лекция. Используются различные типы лекций: вводная, мотивационная (возбуждающая интерес к осваиваемой дисциплине); подготовительная (готовящая обучающегося к более сложному материалу); интегрирующая (дающая общий теоретический анализ предшествующего материала); установочная (направляющая студентов к источникам информации для дальнейшей самостоятельной работы). Содержание и структура лекционного материала направлены на формирование у обучающегося соответствующих компетенций и соотносятся с выбранными преподавателем методами контроля и оценкой их усвоения.

Практическое занятие. Практические занятия играют важную роль в выработке навыков применения полученных знаний для решения практических задач. Важнейшей стороной любой формы практических занятий являются упражнения. Основа в упражнении - пример, который разбирается с позиций теории, изложенной в лекции. Как правило, основное внимание уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание деятельности студентов - решение задач, графические работы, уточнение категорий и понятий науки, являющихся предпосылкой правильного мышления и речи. Проводя упражнения со студентами, следует специально обращать внимание на формирование способности к осмыслению и пониманию. На практических занятиях большое значение имеют индивидуальный подход и продуктивное педагогическое общение. Обучаемые получают возможность раскрыть и проявить свои способности, свой личностный потенциал. Поэтому при разработке заданий учитывается уровень подготовки и интересы каждого студента группы, а преподаватель выступает в роли консультанта, не подавляя самостоятельности и инициативы студентов.

Самостоятельная работа может выполняться обучающимся в читальном зале библиотеки, в компьютерных классах, а также в домашних условиях. Организация самостоятельной работы обучающегося предусматривает контролируемый доступ к лабораторному оборудованию, приборам, базам данных, к ресурсам Интернет. Предусмотрено получение обучающимися профессиональных консультаций и помощи со стороны преподавателей. Самостоятельная работа обучающихся подкрепляется учебно-методическим и информационным обеспечением, включающим учебники, учебно-методические пособия, конспекты лекций, а также учебным программным обеспечением.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебный корпус филологического факультета ВГУ имеет: нужное количество лекционных аудиторий, оснащенных соответствующим оборудованием. В библиотечном фонде ВГУ в наличии имеется достаточное количество учебников и учебно-методических пособий, перечисленных как в списке основной, так и в списке дополнительной литературы данной рабочей программы.

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-коммуникации и проблемы массовой информации.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
2.	Определение PR. Принципы и функции PR.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
3.	PR и близкая к ним деятельность. «Черный» и «цветной» PR.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
4.	Этическая и правовая сторона деятельности PR-служб. Требования к личным качествам специалистов по PR.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
5.	PR-текст: существенные характеристики. Типология жанров PR-текста.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
6.	Исследовательские жанры. Исследовательско-новостные жанры.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
7.	Оперативно-новостные жанры.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
8.	Образно-новостные жанры.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
9.	Комбинированные PR-тексты.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
10.	Медиатексты.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
11.	Смежные тексты.	ПК-1 ПК-2	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.4; ПК-2.1; ПК-2.2	Перечень вопросов для текущей аттестации
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет				Перечень вопросов для промежуточной аттестации (КИМ)

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:

Письменный ответ на вопрос

Перечень вопросов для текущей аттестации

1. PR и реклама.
2. Маркетинговые стратегии.
3. Исторические модели развития PR.
4. Реклама и торговля.
5. Виды PR.
6. Аудитория PR.
7. PR-информация.
8. PR-коммуникация
9. Приглашение как жанр PR.
10. Заявление в политическом PR.
11. Имиджевое интервью.
12. Слоган.

Описание технологии проведения

Текущий контроль успеваемости осуществляется на практических занятиях: в виде письменного ответа на предложенный преподавателем теоретический вопрос практической направленности, позволяющий оценить уровень сформированности компетенции в соответствии с индикаторами сформированности компетенции. Обучающемуся предоставляется 40 минут на подготовку и написание ответа на вопрос без использования дополнительных вспомогательных средств и материалов, после чего лист ответа сдается преподавателю.

Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)

Результаты текущего контроля знаний оцениваются по двухбалльной шкале с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Требования	Критерии оценивания	Шкала оценок
На данном этапе освоения дисциплины обучающийся демонстрирует следующие показатели: Знает: основные принципы анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом,	Ответ обучающегося на данном этапе: полностью соответствует всем перечисленным критериям (полностью продемонстрировано); ИЛИ не соответствует одному (двум) из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы (недостаточно продемонстрировано);	зачтено

<p>семиотическом, социокультурном и других аспектах; жанровую структуру PR и принципы типологического анализа для выявления жанровой природы продукта деятельности пиармена в различных аспектах; принципы этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; принципы создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; механизмы создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов.</p> <p>Умеет: демонстрировать представление об основных принципах анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; проводить анализ жанровой структуры PR-текста в лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах; давать этическую и эстетическую оценку PR-коммуникации и PR-текстов различных жанров; демонстрировать представление о принципах создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; создавать и редактировать профессионально ориентированные PR-тексты различных жанров.</p> <p>Владеет: навыками анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; определения жанровой структуры PR и анализа PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; применения на практике принципов создания PR-текстов различных типов и жанров; создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов различных жанров.</p>	<p>ИЛИ</p> <p>не соответствует любым двум(трем) из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы (демонстрирует частичное/неполное):</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание основных принципов анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; жанровой структуры PR и принципов типологического анализа для выявления жанровой природы продукта деятельности пиармена в различных аспектах; принципов этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; принципов создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; механизмов создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов; - умение демонстрировать представление об основных принципах анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; проводить анализ жанровой структуры PR-текста в лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах; давать этическую и эстетическую оценку PR-коммуникации и PR-текстов различных жанров; демонстрировать представление о принципах создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; создавать и редактировать профессионально ориентированные PR-тексты различных жанров; - владение навыками анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; определения жанровой структуры PR и анализа PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; применения на практике принципов создания PR-текстов различных типов и жанров; создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов различных жанров. <p>Ответ обучающегося на данном этапе не соответствует любым трем(четырем) из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - незнание основных принципов анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; жанровой структуры PR и принципов типологического анализа для выявления жанровой природы продукта деятельности пиармена в различных аспектах; 	<p></p> <p></p> <p>не зачтено</p>
--	--	-----------------------------------

	<p>принципов этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; принципов создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; механизмов создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов;</p> <p>- неумение демонстрировать представление об основных принципах анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; проводить анализ жанровой структуры PR-текста в лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах; давать этическую и эстетическую оценку PR-коммуникации и PR-текстов различных жанров; демонстрировать представление о принципах создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; создавать и редактировать профессионально ориентированные PR-тексты различных жанров;</p> <p>- невладение навыками анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; определения жанровой структуры PR и анализа PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; применения на практике принципов создания PR-текстов различных типов и жанров; создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов различных жанров.</p>	
--	--	--

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседование по билетам к зачету

Перечень вопросов к зачету

1. PR-коммуникации и проблемы массовой информации.
2. PR-информация в публичных коммуникациях.
3. Определение PR.
4. Принципы и функции PR.
5. PR и близкая к ним деятельность.
6. Требования к личным качествам специалистов PR.
7. «Черный» и «цветной» PR.
8. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер.
9. Типология жанров PR-текста.
10. Проблемы классификации и принципы типологии.

11. Специфика жанрообразования в письменных PR-коммуникациях.
12. Жанровая типология простых первичных PR-текстов.
13. Оперативно-новостные жанры.
14. Исследовательско-новостные жанры.
15. Пресс-релиз.
16. Структура пресс-релиза.
17. Функция пресс-релиза в PR-коммуникациях.
18. Новостной лист.
19. Приглашение. Бэкграундер.
20. Структура приглашения. Приглашение для журналистов и для различных групп общественности.
21. Структура и композиция бэкграундера.
22. Исследовательско-новостные жанры.
23. Исследовательские жанры.
24. Лист вопросов-ответов.
25. Фактологические жанры.
26. Структура листа вопросов-ответов.
27. Факт-лист.
28. Биография.
29. Заявление для прессы. Заявление в политическом PR.
30. Образно-новостные жанры.
31. Байлайнер.
31. Поздравление. Письмо.
32. Комбинированные PR-тексты: общая характеристика.
33. Пресс-кит. Буклет, проспект, брошюра. Ньюслеттер. Листовка.
34. Медiateксты. Смежные тексты: общая характеристика.
35. Имиджевая статья. Имиджевое интервью.
36. Кейс-стори. Слоган.
37. Резюме. Пресс-ревью.

**Форма контрольно-измерительного материала
для промежуточной аттестации
(образец)**

УТВЕРЖДАЮ
заведующий кафедрой истории и типологии
русской и зарубежной литературы
_____ А. А. Фаустов
_____ . ____ 20__

Направление подготовки 45.04.01 Филология
Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 PR-коммуникации и жанры PR-текста
Вид контроля Зачет

Контрольно-измерительный материал № 1.

1. Исследовательско-новостные жанры.

Экзаменатор _____ доц. С. А. Ларин

Описание технологии проведения

Перечень вопросов к зачету, требования и рекомендации по подготовке к нему объявляются обучающимся заранее.

Зачет проводится преподавателем как индивидуальное собеседование в устной форме. При проведении устного зачета обучающийся вытягивает билет, содержащий один теоретический вопрос практической направленности, позволяющий оценить уровень сформированности компетенции в соответствии с индикаторами сформированности компетенции. Обучающемуся предоставляется 20 минут на подготовку с возможностью делать заметки, но без доступа к каким-либо вспомогательным средствам и материалам. Опрос обучающегося по билету не должен превышать двух астрономических часов.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Результаты промежуточного контроля знаний (зачет) оцениваются по двухбалльной шкале с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Требования	Критерии оценивания	Шкала оценок
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся демонстрирует следующие показатели:</p> <p>Знает: основные принципы анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; жанровую структуру PR и принципы типологического анализа для выявления жанровой природы продукта деятельности пиармена в различных аспектах; принципы этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; принципы создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; механизмы создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов.</p> <p>Умеет: демонстрировать представление об основных принципах анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; проводить анализ жанровой структуры PR-</p>	<p>Ответ обучающегося:</p> <p>полностью соответствует всем перечисленным критериям (полностью продемонстрировано);</p> <p>ИЛИ</p> <p>не соответствует одному (двум) из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы (недостаточно продемонстрировано);</p> <p>ИЛИ</p> <p>не соответствует любым двум(трем) из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы (демонстрирует частичное/неполное):</p> <p>- знание основных принципов анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; жанровой структуры PR и принципов типологического анализа для выявления жанровой природы продукта деятельности пиармена в различных аспектах; принципов этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; принципов создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; механизмов создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов;</p> <p>- умение демонстрировать представление об основных принципах анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; проводить анализ жанровой структуры PR-текста в</p>	<p>зачтено</p>

<p>текста в лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах; давать этическую и эстетическую оценку PR-коммуникации и PR-текстов различных жанров; демонстрировать представление о принципах создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; создавать и редактировать профессионально ориентированные PR-тексты различных жанров.</p> <p>Владеет: навыками анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; определения жанровой структуры PR и анализа PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; применения на практике принципов создания PR-текстов различных типов и жанров; создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов различных жанров.</p>	<p>лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах; давать этическую и эстетическую оценку PR-коммуникации и PR-текстов различных жанров; демонстрировать представление о принципах создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; создавать и редактировать профессионально ориентированные PR-тексты различных жанров;</p> <p>- владение навыками анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; определения жанровой структуры PR и анализа PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; применения на практике принципов создания PR-текстов различных типов и жанров; создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов различных жанров.</p>	
	<p>Ответ обучающегося не соответствует любым трем(четырем) из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует:</p> <p>- незнание основных принципов анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; жанровой структуры PR и принципов типологического анализа для выявления жанровой природы продукта деятельности пиармена в различных аспектах; принципов этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; принципов создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; механизмов создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов;</p> <p>- неумение демонстрировать представление об основных принципах анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; проводить анализ жанровой структуры PR-текста в лингвистическом, историко-литературном, семиотическом, социокультурном и других аспектах; давать этическую и эстетическую оценку PR-коммуникации и PR-текстов различных жанров; демонстрировать представление о принципах создания PR-текстов различных типов в зависимости от задач профессиональной деятельности; создавать и редактировать профессионально ориентированные PR-тексты различных жанров;</p> <p>- невладение навыками анализа PR-коммуникации и PR-текста в лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; определения жанровой структуры PR и анализа PR-текста в</p>	<p>не зачтено</p>

	<p>лингвистическом, литературоведческом, семиотическом, социокультурном и других аспектах; этической и эстетической оценки продукта деятельности пиармена; применения на практике принципов создания PR-текстов различных типов и жанров; создания и редактирования профессионально ориентированных PR-текстов различных жанров.</p>	
--	--	--