

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2020

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

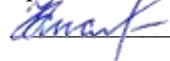
«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР и КО,

председатель УМС СГСПУ



Н.Н. Кислова

Жанры рекламных и PR-текстов

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Литературы, журналистики и методики обучения
Учебный план	ФФ-626Жз(4гбм) Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	Заочная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ

Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 5
аудиторные занятия	8	
самостоятельная работа	100	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	5(3.1)		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	2	2	2	2
Практические	6	6	6	6
В том числе инт.	2	2	2	2
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. Работа	100	100	100	100
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Болдырева Татьяна Владимировна

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Жанры рекламных и PR-текстов

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 25.03.2026 протокол №8

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Литературы, журналистики и методики обучения

Протокол от 26.06.2026 г. №11

Зав. кафедрой О.М. Буранок

Начальник УОП



Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель изучения дисциплины: сформировать представления у обучающихся о рекламном и PR-тексте как тексте особого типа, а также структуре его жанровых репрезентантов в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» и профессиональным стандартом «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».	
Задачи изучения дисциплины: развить навыки подготовки текстовых материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы; сформировать навыки редактирования текстов, нацеленных на достижение рекламных и PR целей с учетом формата СМИ или канала коммуникации.	
Область профессиональной деятельности: средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Компьютерная графика	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Производственная практика (профессионально-творческая практика)	
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	
ПК-4.1. Информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов	
Знает типологию рекламных и PR-текстов	
Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций	
ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации	
Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации	
ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией	
Умеет использовать рекламные и PR-тексты в построении обратной связи с целевой аудиторией	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. PR-текст: сущностные характеристики			
1.1	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации /Лек/	5	2	1
1.2	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации /Ср/	5	15	0
	Раздел 2. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов			
2.1	Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры /Пр/	5	2	1
2.2	Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры /Ср/	5	20	0
2.3	Фактологические жанры. Образно-новостные жанры /Пр/	5	2	1
2.4	Фактологические жанры. Образно-новостные жанры /Ср/	5	20	0
	Раздел 3. Жанровая характеристика комбинированных, смежных PR- текстов и медиатекстов			
3.1	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов /Пр/	5	2	1
3.2	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов /Ср/	5	15	0
3.3	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Ср/	5	12	0
3.4	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Ср/	5	18	0
5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)				
5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)				
5 семестр, 1 лекции, 3 практических занятия Раздел 1. PR-текст: сущностные характеристики Лекция №1 (2 часа) PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации Публичные коммуникации. Субъектное пространство публичной сферы. Объект публичных коммуникаций. Информация и ее виды. PR-информация как разновидность социальной информации. PR-информация и PR-коммуникация. PR-сообщение. Место PR-текста в PR-коммуникации.				
Раздел 2. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов Практическое занятие №1 (2 часа) Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры Пресс-релиз. Виды пресс-релиза. Содержание стандартного пресс-релиза. Структура стандартного пресс-релиза.				

Адресная специфика пресс-релиза и способы распространения пресс-релиза.
 Составление одного из видов пресс-релизов.
 Приглашение. Виды приглашений.
 Структура стандартного приглашения.
 Адресная специфика приглашения.
 Типичные ошибки в текстах приглашений. Анализ и редакция текстов приглашений.
 Бэкграундер (backgrounder). Цель, объект и предмет бэкграундера.
 Метод сбора информации для бэкграундера.
 Метод отражения информации в бэкграундере. Структура бэкграундера.
 Пресс-досье: методика составления и структура.
 Лист вопросов-ответов (questions and answer form). Цель, объект и предмет листа вопросов-ответов.
 Метод сбора информации для листа вопросов-ответов.
 Метод отражения информации в листе вопросов-ответов. Структура листа вопросов-ответов.
 Практическое занятие №2 (2 часа)
 Фактологические жанры. Образно-новостные жанры
 Факт-лист (fact sheet). Цель, объект и предмет факт-листа. Биография. Виды биографий. Формы подачи биографии.
 Байлайнер (by-liner). PR-цели байлайнера. Виды байлайнера.
 Авторство текста в байлайнере.
 Письмо. Коммерческое предложение как вид делового письма.
 Функции коммерческого предложения.
 Виды коммерческого предложения. Этапы работы с коммерческим предложением.
 Поздравление. Структура поздравления. Этикетные формулы в поздравлении. Основные ошибки в составлении поздравления.

Раздел 3. Жанровая характеристика комбинированных, смежных PR- текстов и медиатекстов
 Практическое занятие №3 (2 часа)
 Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов

Общая характеристика смежных текстов.
 Пресс-ревью.
 Резюме.
 Спонсорский пакет.

5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	PR-текст: сущностные характеристики	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
2	Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно. Решение кейса
3	Жанровая характеристика комбинированных, смежных PR- текстов и медиатекстов	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно. Решение кейса

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	PR-текст: сущностные характеристики	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3	Жанровая характеристика комбинированных, смежных PR- текстов и медиатекстов	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины.
 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Дата обращения к электронным учебным изданиям, электронным образовательным ресурсам, современным базам данных и информационным справочным системам совпадает с датой утверждения рабочей программы

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Руженцева Р.Б.	Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н. Б. Руженцева. – 3-е изд. стер. – Москва : ФЛИНТА, 2022. – 184 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470 – ISBN 978-5-9765-1217-7. – Текст : электронный.	Москва: ФЛИНТА, 2022. - 184 с.
Л1.2	Сердобинцева Е.	Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Сердобинцева. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575 – Библиогр.: с. 128-129. – ISBN 978-5-9765-0910-8. – Текст : электронный.	М.: Флинта, 2021. – 161 с.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Гришко Н. Д.	Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы / Н. Д. Гришко. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 141 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345 – ISBN 978-5-504-00484-6. – Текст : электронный.	М.: Лаборатория книги, 2012. – 141 с.

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat reader DC
- Dr.Web Desktop security, Dr.Web Server security
- GIMP
- Мой офис, сервисы Яндекс 360 для образования (почта, Яндекс Диск, Яндекс Телемост, Яндекс документы, Календарь)
- Многофункциональный сервис обмена информацией Мах
- Архиватор 7-Zip
- Браузер Яндекс для организаций

6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- Базы данных Springer eBooks

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- | | |
|-----|---|
| 7.1 | Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Оснащенность: Комплект учебной мебели, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование. |
| 7.2 | Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект мебели, ПК-4 шт. С возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ |

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические рекомендации для студентов по организации изучения дисциплины

При подготовке презентаций важно соблюдать требования к их оформлению: единый стиль оформления; лаконичность текста, представленного на слайде; рациональное размещение информации на слайде; использование знаково-символических или структурных схем, иллюстраций и т.п. для визуализации основных тезисов.

При самостоятельном подборе примеров рекламных продуктов необходимо обращаться к наиболее зарекомендовавшим себя брендам. Подборка материалов должна отражать весь спектр жанров и видов рекламы соответствующего канала коммуникации. Рекламные материалы следует записать на носитель типа флеш для трансляции в аудитории с использованием компьютера и проектора.

Методические рекомендации для преподавателей по организации изучения дисциплины

Основным стержнем изучения дисциплины является органичное соединение науки и практики. Процесс обучения должен строиться на объективных научных, теоретических данных. Все эти объективные данные должны реализовываться при формировании профессионально-необходимых знаний, практических умений и навыков.

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов»

Курс 3 Семестр 5

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
PR-текст: сущностные характеристики			
Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	8	12
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	8	12
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		6	12
Промежуточный контроль		28	48
Жанровая характеристика комбинированных, смежных PR- текстов и медиатекстов			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	8	16
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	8	12
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		6	12
Промежуточный контроль		28	52
Промежуточная аттестация		0	(15) ¹
Итого:		56	100

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по темам:			
PR-текст: сущностные характеристики			
Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 6 баллов за полный комплект лекций по темам 1.1-2.4. Решение кейсов: Составьте пресс-релиз о событии – 2 балла Составьте факт-лист для базисного субъекта PR – 2 балла. Составьте поздравление для базисного субъекта PR – 2 балла.	Тема: PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры Фактологические жанры. Образно-новостные жанры Образовательные результаты: Знает типологию рекламных и PR-текстов
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 1.1-2.4. 6 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Adhoc-релиз Байлайнер Биография Бэкграундер	

¹ Баллы за промежуточную аттестацию прибавляются к сумме баллов, набранных студентом в течение семестра, только если студент хочет повысить оценку, выставляемую на основе текущего и промежуточного контроля

		Исследовательские жанры Кейс-стори Лист вопросов и ответов Ньюс-леттер Образно-новостные жанры Оперативно-новостные жанры Поздравление Пострелиз Пресс-релиз Приглашение Факт-лист Фактологические жанры Решение кейсов: Составьте Adhoc-релиз – 2 балла Составьте биографию для базисного субъекта PR – 2 балла. Составьте байлайнер для базисного субъекта PR – 2 балла.	Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации Умеет использовать рекламные и PR-тексты в построении обратной связи с целевой аудиторией
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 1.1. – 6 баллов, 1.2. – 6 баллов	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2 баллам. Примерные тестовые задания см. в разделе 9.2. настоящей программы	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 48 баллов	
Текущий контроль по темам: Жанровая характеристика комбинированных, смежных PR- текстов и медиатекстов			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 6 баллов за полный комплект Решение кейсов: Составьте листовку для базисного субъекта PR – 2 балла Составьте имиджевую статью для базисного субъекта PR – 2 балла. Имиджевое интервью для базисного субъекта PR – 2 балла.	Тема: Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов Основные принципы составления и оформления медиатекстов
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по теме Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Медиатекст Смежный PR-текст Комбинированный PR-текст Медиа-кит Пресс-кит Брошюра Листовка Буклет Проспект Имиджевое интервью	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов Образовательные результаты: Знает типологию рекламных и PR-текстов Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
 Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
 Рабочая программа дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов»

		Имиджевая статья Заявление для прессы Пресс-ревью Решение кейсов: Составьте пресс-кит для пресс-конференции – 4 балла Составьте буклет для базисного субъекта PR – 4 балла.	Умеет использовать рекламные и PR-тексты в построении обратной связи с целевой аудиторией
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по теме – 8 баллов	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2 баллам. Примерные тестовые задания см. в разделе 9.2. настоящей программы	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 52 балла	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	