

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2025

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

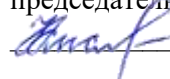
высшего образования

«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, журналистика и методики обучения		
Учебный план	ФФ-626Жо(4г) Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»		
Квалификация	Бакалавр		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах: зачеты 4	
в том числе:			
аудиторные занятия	34		
самостоятельная работа	74		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	4(2.2)		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	22	22	22	22
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	34	34	34	34
Контактная работа	34	34	34	34
Сам. Работа	74	74	74	74
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, журналистика и методики обучения

Протокол от 26.06.2026 г. №11

Зав. кафедрой Буранок О.М.

Начальник УОП



Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: сформировать представление 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/	4	4	2
1.2	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации /Пр/	4	2	0
1.3	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR- коммуникации /Ср/	4	8	0
	Раздел 2. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов			
2.1	Типология простых первичных PR-текстов/Лек/	4	4	0
2.2	Оперативно-новостные жанры/Пр/	4	2	0
2.3	Оперативно-новостные жанры/Ср/	4	8	0
2.4	Исследовательско-новостные жанры/Пр/	4	2	2
2.5	Исследовательско-новостные жанры/Ср/	4	8	0
2.6	Фактологические жанры /Пр/	4	2	0
2.7	Фактологические жанры /Ср/	4	10	0
2.8	Образно-новостные жанры /Пр/	4	4	2
2.9	Образно-новостные жанры /Ср/	4	10	0
	Раздел 3. Жанровая характеристика комбинированных, смежных PR- текстов и медиатекстов			
3.1	Разграничение рекламных и PR-текстов /Лек/	4	4	0
3.2	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов /Пр/	4	2	0
3.3	Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов /Ср/	4	10	0
3.4	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Пр/	4	4	0
3.5	Основные принципы составления и оформления медиатекстов /Ср/	4	10	0
3.6	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Пр/	4	4	0
3.7	Основные принципы составления и оформления смежных PR-текстов /Ср/	4	10	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

4 семестр, 6 лекций, 11 практических занятий

Раздел 1. PR-текст: сущностные характеристики

Лекция №1-2 (4 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.

Практическое занятие №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

Лекция №3-4 (4 часа)

Типология простых первичных PR-текстов

Проблемы классификации и принципы типологии PR-текстов. Типология PR-текстов по функциональным и структурным признакам. Жанрообразование PR-текстов. Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры. Фактологические жанры. Образно-новостные жанры.

Практическое занятие №2 (2 часа)

Оперативно-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.

Практическое занятие №3 (2 часа)

Исследовательско-новостные жанры

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 №4 (2 часа)

Фактологические жанры

Факт-лист (fact sheet). Цель, объект и предмет факт-листа. Биография. Виды биографий. Формы подачи биографии.

Практическое занятие №5-6 (4 часа)

Образно-новостные жанры

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

Лекция №5-6 (4 часа)

Разграничение рекламных и PR-текстов

Основные принципы составления и оформления комбинированных PR-текстов. Функциональная характеристика комбинированных текстов. Методика составления комбинированных текстов. Структур минимального пакета компонентов фирменного стиля

Практическое занятие №7 (2 часа)

Основные принципы составления и оформления комбинированных PR- текстов

Функциональная характеристика комбинированных текстов.
 Методика составления комбинированных текстов:
 листовка; буклет; проспект; брошюра; ньюслеттер; пресс-кит; медиацит; бренд-бук.

Практические занятия №8-9 (4 часа)

Основные принципы составления и оформления медиатекстов

Общая характеристика медиатекстов.

Имиджевая статья.

Кейс-стори.

Имиджевое интервью.

Способы и методика проведения интервью.

Виды имиджевого интервью по форме и типу информации. Типы вопросов в интервью.

Композиция интервью.

Типовые ошибки в интервью.

Заявление для прессы и меморандум.

Практическое занятие №10-11 (4 часа)

Основные принципы составления и оформления смежных 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-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
2	Типология 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	Разграничение рекламных и PR-текстов	Освоение материала лекции. Составление словаря терминов.	Конспект лекций. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно. Решение кейса
4		Подготовка к тестированию	Тесты

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Типология простых первичных PR-текстов	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3	Разграничение рекламных и PR-текстов	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
ЛП.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	Москва: ФЛИНТА, 2022. - 184 с.

		подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470 – ISBN 978-5-9765-1217-7. – Текст : электронный.	
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 обучающихся 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 2 Семестр 4

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации			
Типология 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
Разграничение рекламных и PR-текстов			
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 разделам:			
«PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации»			
«Типология 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.	Темы: PR-информация в публичных коммуникациях. Текст в PR-коммуникации Типология простых первичных PR-текстов Образовательные результаты:

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

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
 Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
 Рабочая программа дисциплины «Жанры 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 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.	Знает типологию рекламных и PR-текстов Знает сущностные характеристики информации, в том числе рекламной и PR-информации Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации
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 теме «Разграничение рекламных и PR-текстов»			
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.	Темы: Разграничение рекламных и PR-текстов Образовательные результаты: Знает типологию рекламных и PR-текстов Знает сущностные характеристики информации, в том числе рекламной и PR-информации Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по теме Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Медиа-текст Смежный PR-текст Комбинированный PR-текст Медиа-кит Пресс-кит	

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

		Брошюра Листовка Буклет Проспект Имиджевое интервью 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 соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации
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	