

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
2016 г.



Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы

«20» октября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой А.Н. Варзииков «20» октября 2016 г.
(подпись) (зав.кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования «24» октября 2016 г., протокол № 3

Председатель учёного совета Т.Ю. Андрущенко «24» октября 2016 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

«28» ноября 2016 г., протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Млечко Лидия Евгеньевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной работы ГОУ ВО «ВГСПУ».

Программа дисциплины «Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа 2016 г. №997) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

1. Цель освоения дисциплины

Является формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки содержания, экспертной оценки и продвижения текстов в связях с общественностью и рекламе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Стилистика и литературное редактирование».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Реклама в коммуникационном процессе», «Стилистика и литературное редактирование».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– понятие "документ", типологические особенности PR-документа, функции PR-документов;

– подходы к классификации документов в системе связей с общественностью;

– типологические особенности, требования к составлению, оформлению и содержанию PR-документов оперативного-новостных, информационно-новостных, исследовательско-новостных, исследовательских, фактологических и образно-новостных жанров;

– специфику PR-статей в сопоставлении журналистскими статьями; этапы написания PR-статей; особенности написания имиджевой статьи, имиджевого интервью, кейс-стори;

– понятие "спичрайтинг"; основные этапы работы над составлением речи для руководителя (интервью, сбор необходимой информации, определение целевой аудитории, составление первого варианта текста выступления, доводка текста выступления после рекомендаций руководителя);

– структуру рекламных текстов в целом и его вербальных составных частей (заголовков, подзаголовков, слоганов, эхо-фраз, основного текста и др.);

– требования к разработке рекламного аудиоролика для радио и телевидения; общую характеристику SEO-текстов;

уметь

– ориентироваться в системе PR-документов, в их функциональном назначении;

– определять классификационные признаки PR-документа;

- анализировать полученный информационный повод в форматах различных документов, а также творчески применять различные методы составления оперативно-новостных, информационно-новостных, исследовательско-новостных и фактологических PR-документов;
- анализировать информационный повод в форматах имиджевой статьи, имиджевого интервью, кейс-стори;
- анализировать речь руководителя, организовывать и осуществлять этапы работы по составлению речи руководителя различных форматов;
- анализировать структуру рекламных текстов в целом и его вербальных составных частей (заголовков, подзаголовков, слоганов, эхо-фраз, основного текста и др.);
- анализировать структуру рекламных текстов на радио, телевидение, SEO-текстов;

владеть

- средствами коммуникативного воздействия, используемыми в текстах сферы связей с общественностью;
- навыком анализа классификаций PR-документов;
- навыком написания оперативно-новостных, информационно-новостных, исследовательско-новостных и фактологических PR-документов;
- навыком написания имиджевой статьи, имиджевого интервью, кейс-стори;
- навыком написания речи руководителя разных форматов;
- навыком составления текстов печатной рекламы разных моделей;
- навыком разработки рекламного аудиоролика для радио и сценария видеоклипа для телевидения, разработки SEO-текста.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3з / 3л / 4з
Аудиторные занятия (всего)	16	6 / 10 / –
В том числе:		
Лекции (Л)	6	6 / – / –
Практические занятия (ПЗ)	6	– / 6 / –
Лабораторные работы (ЛР)	4	– / 4 / –
Самостоятельная работа	88	21 / 35 / 32
Контроль	4	– / – / 4
Вид промежуточной аттестации		– / – / 3ЧО
Общая трудоёмкость	часы	108
	зачётные единицы	3
		27 / 45 / 36
		0.75 / 1.25 / 1

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Понятие pr-текст. Подходы к классификации pr-текстов	Понятие документа. Правовые и этические аспекты письменной pr-коммуникации. Функции документов. Основы письменной коммуникации. Разные подходы к классификации документов в системе связей с общественностью: по целям, содержанию, аудитории, степени контроля организацией
2	Первичные pr-тексты	Оперативно-новостные жанры. Понятие пресс-релиза.

		<p>Подходы к классификации пресс-релизов (А.Н. Чумиков, М.А. Шишкина, Ф. Джефкинс). Основные требования к составлению и оформлению. Формула SOLAADS. Структура и содержание персонального и безадресного приглашения. Информационно-новостные жанры PR-документов. Бэкграундер: основные требования к составлению и оформлению. Новостные поводы для составления бэкграундера. Лист вопросов-ответов как разновидность бэкграундера: технология составления.</p> <p>Исследовательские жанры. Особенности «заявления для прессы». Основные требования к составлению и оформлению. Специфика фактологических жанров. Биография руководства. Типы биографий: биография-хроника, биография-повествование, биография-рассказ. Особенности написания и оформления образно-новостных жанров. Информационные поводы для написания байлайнера. Внутрикorporативные жанры. Годовой отчет: структура, содержание. Информационное письмо. Рекомендательное письмо. Сопроводительное письмо. Письмо-заявление. Письмо-просьба. Структура писем: формат, обращение, содержание, подпись. Условия распространения.</p>
3	Медиа-тексты	<p>Статья как одна из форм pr-публицистики. Специфика pr-статей в отличие от журналистских статей. Этапы написания pr-статей. Особенности написания имиджевой статьи, имиджевого интервью, кейс-стори. Предмет содержания данных документов.</p>
4	Спичрайтинг	<p>Основные этапы работы над составлением речи для руководителя. Интервью как первый этап. Сбор необходимой информации, определение целевой аудитории. Составление первого варианта текста выступления. Доводка текста выступления после рекомендаций руководителя.</p>
5	Типология текстов печатной рекламы	<p>Общая характеристика текста печатной рекламы. Структура печатной рекламы: заголовок, основной текст, эхо-фраза (Х. Кафтанжиев) Типология заголовков. Виды аргументов в основном тексте. Роль эхо-фразы в печатном тексте. Макеты печатной рекламы.</p>
6	Специфика рекламных текстов на радио, телевидении и в интернете	<p>Структура рекламного аудиоролика и особенности его разработки. Рекламный ролик (клип) как основной жанр рекламы на телевидении. SEO-текст: общая характеристика.</p>

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Понятие pr-текст. Подходы к классификации pr-текстов	1	–	–	11	12

2	Первичные рг-тексты	1	2	1	16	20
3	Медиа-тексты	1	2	1	16	20
4	Спичрайтинг	1	1	–	13	15
5	Типология текстов печатной рекламы	1	1	1	16	19
6	Специфика рекламных текстов на радио, телевидении и в интернете	1	1	–	16	18

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Н. Бердышев ; С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К ; Ай Пи Эр Медиа, 2012. - 182 с. - ISBN 978-5-394-01530-4..
2. Иншакова, Н. Г. Рекламный и пиар-текст [Электронный ресурс] : Основы редактирования: учебное пособие для студентов вузов / Н. Г. Иншакова ; Н. Г. Иншакова. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8..
3. Минаева, Л. В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. В. Минаева ; Л. В. Минаева. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 320 с. - ISBN 978-5-7567-0642-0..
4. Связи с общественностью: составление документов. Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" / В. В. Данилина [и др.] ; под ред. Л. В. Минаевой. - М. : Аспект Пресс, 2006. - 286, [1] с. - Библиогр.: с. 284-285 (33 назв.). - ISBN 5-7567-0422-1; 19 экз. : 109-00.

6.2. Дополнительная литература

1. Васильев, Г. А. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков ; Г. А. Васильев. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 718 с. - ISBN 5-238-01059-1..
2. Иванова, К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов [Текст] / К. А. Иванова. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2007. - 157 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - Библиогр.: с. 156-157 (30 назв.). - Прил.1-3: с. 168-155. - ISBN 978-5-469-01108-8; 20 экз. : 62-00..
3. Шарков, Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К, 2011. - 407 с. - ISBN 978-5-394-01143-6.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Портал электронного обучения Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://lms.vspu.ru>.
2. Дистанционный образовательный портал. ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты» МЧС России. URL: <http://donew.amchs.ru>.
3. Электронная библиотечная система. URL: <http://www.iprbookshop.ru>.
4. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.
5. Электронная гуманитарная библиотека. URL: <http://www.gumfak.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Комплект офисного программного обеспечения.
2. Технологии обработки текстовой информации.
3. Интернет-браузер.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
2. Учебная аудитория для проведения лабораторных и практических занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
3. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе» относится к базовой части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций, проведение практических занятий и лабораторных работ. Промежуточная аттестация проводится в форме , аттестации с оценкой.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Лабораторная работа представляет собой особый вид индивидуальных практических занятий обучающихся, в ходе которых используются теоретические знания на практике, применяются специальные технические средства, различные инструменты и оборудование. Такие работы призваны углубить профессиональные знания обучающихся, сформировать умения и навыки практической работы в соответствующей отрасли наук. В процессе

лабораторной работы обучающийся изучает практическую реализацию тех или иных процессов, сопоставляет полученные результаты с положениями теории, осуществляет интерпретацию результатов работы, оценивает возможность применения полученных знаний на практике.

При подготовке к лабораторным работам следует внимательно ознакомиться с теоретическим материалом по изучаемым темам. Необходимым условием допуска к лабораторным работам, предполагающим использованием специального оборудования и материалов, является освоение правил безопасного поведения при проведении соответствующих работ. В ходе самой работы необходимо строго придерживаться плана работы, предложенного преподавателем, фиксировать промежуточные результаты работы для отчета по лабораторной работе.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.