

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

Кафедра «Философия и культурология»



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

И.В. Макурин

12

20/7 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»»

основной профессиональной образовательной программы  
подготовки бакалавров  
по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

Форма обучения      очно-заочная  
Технология обучения      традиционная

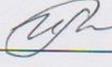
Комсомольск-на-Амуре 20 17

Автор рабочей программы  
доцент, канд. полит. наук

  
« 15 » 12 20 17 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки

  
И.А. Романовская  
« 18 » 12 20 17 г.

Заведующий кафедрой  
«Философия и культурология»

  
Д.В. Новиков  
« 15 » 12 20 17 г.

Декан ФЗДО

  
М.В. Семибратова

Начальник УМУ

« 18 » 12 20 17 г.  
  
Е.Е. Поздеева  
« 19 » 12 20 17 г.

## Введение

Рабочая программа дисциплины «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997, и основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии».

### 1 Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»							
Цель дисциплины	формирование у студентов умений и навыков подготовки PR-текстов							
Задачи дисциплины	-сформировать у обучающихся знания особенностей подготовки PR-текстов; -сформировать у обучающихся знания приемов подготовки PR-текстов; -сформировать у обучающихся знания жанров и видов PR-текста; -способствовать развитию у обучающихся умений и навыков подготовки PR-текстов.							
Основные разделы дисциплины	1. Структура и содержание PR-текста; 2. Жанры и виды PR-текста; 3. Языковое манипулирование в связях с общественностью.							
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. / 108 академических часов							
	Се- местр	Аудиторная нагрузка, ч				СРС, ч	Про- меж- уточ- ная атте- ста- ция, ч	Все- го за се- местр , ч
		Лек- ции	Пр. занятия	Лаб. работы	Курсовое проектирование			
4семес- тр		16	-	-	92	-	108	
ИТОГО:			16	-	-	92	-	108

## 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»» нацелена на формирование компетенций, знаний, умений, навыков, указанных в таблице 1.

Таблица 1. Компетенции, знания, умения, навыки

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
ОПК-3 обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	З1(ОПК-3-3) основы и правила подготовки PR-текстов	У1(ОПК-3-3) самостоятельно готовить PR-тексты (пресс-релиз, имиджевое интервью, бэк-граундер, факт-лист, биография, поздравление, некролог и т.д.)	Н1(ОПК-3-3) самостоятельного написания PR-текстов (пресс-релизов, имиджевых интервью, бэк-граундеров, факт-листов, биографий, поздравлений, некрологов и т.д.)
	З2(ОПК-3-3) композиционные особенности PR-текстов	У2(ОПК-3-3) самостоятельно использовать в профессиональной деятельности визуальные и композиционные правила подготовки PR-текстов	Н2(ОПК-3-3) навыками самостоятельного использования в профессиональной деятельности визуальные и композиционные правила подготовки PR-текстов

## 3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»» изучается на 2 курсе в 4семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к базовой части.

Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении курса «Мастер-класс «Тексты в рекламе»».

Входной контроль проводится в виде тестирования. Задания тестов представлены в приложении 1 РПД.

**4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов	
	Очная форма обучения	Заочная (очно-заочная) форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	-	108
<b>Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего</b>	-	16
В том числе:		
<b>занятия лекционного типа</b> (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	-	-
<b>занятия семинарского типа</b> (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	-	16
<b>Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа</b> , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	-	92
Промежуточная аттестация обучающихся	0	0

**5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание мате-	Компонент учебного плана	Трудоём- кость, ч	Форма проведе- ния	Планируемые (контро- лируемые) результаты освоения
---	--------------------------	----------------------	-----------------------	--

риала				Компе- тен-ции	Знания, уме- ния, навыки
<b>Раздел 1 Структура и содержание PR-текста</b>					
1. Особенности и структурно-содержательные характеристики PR-текста	Практическое занятие	4	Дискуссия	ОПК-3	З1(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	7	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	З1(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических компонентов раздела)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	З1(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3)
<b>ИТОГО по разделу 1</b>	Лекции	0	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	15	-	-	-
<b>Раздел 2 Жанры и виды PR-текста</b>					
2. Жанрово-видовое разнообразие PR-текстов	Практическое занятие	4	Традиционное	ОПК-3	З1(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	7	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	З1(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических компонентов раздела)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	З1(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3)
<b>ИТОГО по разделу 2</b>	Лекции	0	-	-	-
	Практические занятия	2	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	15	-	-	-
<b>Раздел 3 Языковое манипулирование в связях с общественностью</b>					

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
3. ИмPLICITная информация	Практическое занятие	2	Проблемное изложение	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	7	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка контрольной работы)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
4. Приемы НЛП в связях с ответственностью	Практическое занятие	2	Проблемное изложение	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	7	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка контрольной работы)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
5. Языковые приемы НЛП (фокусы языка)	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	8	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка контрольной работы)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
6. Приемы манипулирования в PR-тексте	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32 (ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	8	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32 (ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка контрольной работы)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	31(ОПК-3-3) 32 (ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)
<b>ИТОГО по разделу 3</b>	Лекции	-	-	-	-
	Практические занятия	8	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	62	-	-	-
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине</b>		-	Зачет	-	-
<b>ИТОГО по дисциплине</b>	Лекции	0	-	-	-
	Практические занятия	16	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	92	-	-	-
<b>ИТОГО:</b> общая трудоемкость дисциплины 108 часов, в том числе с использованием активных методов обучения 4 часа.					

## **6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся, осваивающих дисциплину «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»», состоит из следующих компонентов: изучение теоретических разделов дисциплины; подготовка к практическим занятиям; написание контрольной работы.

Для эффективного выполнения всех разделов самостоятельной работы учащимся рекомендуется использовать следующее учебно-методическое

обеспечение:

1. СТО 7.5-17 Положение о самостоятельной работе студентов ФГБОУ ВПО «КНАГТУ». – Введ. 2015-04-06. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2015. – 24 с.

2. РД ФГБОУ ВО КНАГТУ013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». – Введ. 2016-03-10. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВО «КНАГТУ», 2016. – 56 с.

График выполнения самостоятельной работы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Рекомендованный график выполнения самостоятельной работы

Вид самостоятельной работы	Часов в неделю																	Итого по видам работ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Изучение теоретических разделов дисциплины	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	42
Подготовка к практическим занятиям	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	22
Написание контрольной работы	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	28
<b>ИТОГО в 4 семестре</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>92</b>										

## 7 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
1. Структура и содержание PR-текста	31(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3)	Задания к практическим занятиям Тест	Знает требования, предъявляемые к структуре и содержанию PR-текста. Знает основные элементы PR-текста. Умеет анализировать структуру PR-текста. Умеет разрабатывать отдельные структурные элементы PR-текста. Обладает навыком анализа структуры PR-текста.
2. Жанры и виды PR-текста	31(ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3)	Задания к практическим занятиям	Знает основные жанры и виды PR-текста. Умеет анализировать виды и жанры конкретных PR-текстов. Обладает навыком анализа жанра и вида конкретного PR-текста. Умеет разрабатывать отдельные структурные элементы PR-текста. Обладает навыком создания структурных элементов рекламного текста.
3. Языковое манипулирование в связях с общественностью	31(ОПК-3-3) 32 (ОПК-3-3) У1(ОПК-3-3) У2(ОПК-3-3) Н1(ОПК-3-3) Н2(ОПК-3-3)	Задания к практическим занятиям Контрольная работа	Знает приемы языкового манипулирования в PR-тексте. Умеет использовать различные приемы и технологии для создания PR-текста. Обладает навыком создания PR-текстов.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции ОПК-3, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 6).

Таблица 6– Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
4 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме зачета</i>				

	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Сроки выполнения</b>	<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
1.	Задание к практическому занятию 1.	4 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
2.	Задание к практическому занятию 2.	6 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
3.	Задание к практическому занятию 3.	8 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
4.	Задание к практическому занятию 4.	12 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
5.	Задание к практическому занятию 5.	14 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
6.	Задание к	16 неде-	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участво-

	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Сроки выполнения</b>	<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
	практическому занятию 6.	ля		вал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
7.	Задание к практическому занятию 7.	17 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
8.	Тест 1.	7 неделя	10 баллов	Правильно ответил на 9-10 вопросов теста – 10 баллов; правильно ответил на 7-8 вопросов теста – 7-8 баллов; правильно ответил на 3-6 вопросов теста – 3-6 баллов; правильно ответил менее чем на 3 вопроса теста – 2 балла.
11.	Контрольная работа	17 неделя	10 баллов	Контрольная работа соответствует всем количественным и качественным критериям. Все вопросы в контрольной работе раскрыты – 9-10 баллов; контрольная работа соответствует всем количественным и качественным критериям. Вопросы в контрольной работе в целом раскрыты – 5 – 8 баллов; контрольная работа частично соответствует качественным критериям (не раскрыто 50% вопросов) – 1-3 баллов; контрольная работа не соответствует количественным и качественным критериям – 0 баллов.
<b>ИТОГО:</b>			100 баллов	
<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине:</b> 0-31 баллов – «не зачтено» 31-100 баллов – «зачтено»				

### Типовые задания для текущего контроля

### ТЕСТ

**1. К контролируемым организацией письменным материалом, составляемым для внешней аудитории службой по связям с общественностью или при участии специалистов этой службы, не относится:**

- А) письмо;
- Б) брошюра;
- В) листовка;
- Г) сочинение.

**2. В группу внутрикорпоративных PR-материалов не входит:**

- А) отчет;
- Б) медиа-план;
- В) медиа-карта;
- Г) пресс-релиз.

**3. Подборка или перепечатка статей и заметок из печатных изданий, прямо или косвенно затрагивающих деятельность и имидж организации называется....**

- А) отчет;
- Б) медиа-план;
- В) пресс-дайджест;
- Г) пресс-релиз.

**4. ...- вид письменного материала, цель которого – сообщить информацию об истории возникновения и развития компании, дать дополнительные сведения по какому-либо поводу или ситуации, которые связаны с деятельностью организации в настоящее время.**

- А) отчет;
- Б) медиа-план;
- В) пресс-дайджест;
- Г) бэкграундер.

**5. ...- статья, подписываемая первым лицом организации или лицом, близким ему по должности.**

- А) отчет;
- Б) авторская статья;
- В) пресс-дайджест;
- Г) бэкграундер.

**6. ...- статья, анонсирующая какое-либо мероприятие.**

- А) имиджевая статья;
- Б) авторская статья;
- В) статья-анонс;
- Г) бэкграундер.

**7. ...- особая папка, на внутренней стороне которой имеются спе-**

**циальные карманы для материалов, на внешнюю сторону этих карманов прикрепляются визитные карточки, представляющие организацию на пресс-конференции.**

- А) пресс-релиз;
- Б) ньюс-кит;
- В) медиа-кит;
- Г) бэкграундер.

**8. ...- новое слово или новая форма слова**

- А) неологизм;
- Б) силогизм;
- В) глагол;
- Б) прилагательное.

**9) ...- разновидность тропа, в которой наименование одного предмета замещает наименование другого предмета на основе некоторого сходства**

- А) неологизм;
- Б) силогизм;
- В) метонимия;
- Б) прилагательное.

**10)...- слово или выражение, которое употребляется в переносном значении на основе сходства в каком-либо отношении двух предметов или явлений**

- А) неологизм;
- Б) метафора;
- В) метонимия;
- Б) прилагательное.

### **Типовые задания к практическим заданиям**

#### **Задание к разделу 1.**

«Структура и содержание PR-текста»

Проанализируйте структуру конкретного PR-текста.

Выделите: 1) целевую аудиторию PR-сообщения; 2) отдельные структурные элементы PR-текста.

Оцените сложность PR-текста, используя «индекс туманности»

Оцените качество PR-текста.

#### **Задание к разделу 2.**

«Жанры и виды PR-текста»

Напишите PR-статью на тему: «КНАГУ – единственный многопрофильный вуз на Дальнем Востоке». Объем статьи – 2 тысячи печатных

знаков. Целевой аудиторией статьи являются учащиеся-старшеклассники общеобразовательных учреждений г. Комсомольска-на-Амуре.

### **Задание к разделу 3.**

«Языковое манипулирование в связях с общественностью»

Напишите пресс-релиз на тему: «КнААЗ – флагман машиностроения на Дальнем Востоке России». Объём пресс-релиза – 1,5тысячи печатных знаков. Целевая аудитория пресс-релиза – молодёжь г. Комсомольска-на-Амуре.

#### **Примерная тематика контрольных работ**

1. Метафоры в связях с общественностью как отражение картины мира
2. Гипербола как основной риторический прием рекламы (на материале рекламы города)
3. Особенности текстов политической коммуникации.
4. Положительные и отрицательные стереотипы. Методы обнаружения отрицательных стереотипов клиента.
5. Использование символов в PR- текстах
6. Невербальные средства воздействия в PR-коммуникациях
7. Роль знаков, символов, цвета в текстах политической коммуникации
8. Стили PR-текстов
9. Виды, способы сегментирования групп общественности в PR-сообщениях
10. Приемы воздействия, применяемые в PR-текстах
11. Тексты PR и пропаганды: общее и особенное
12. Пресс-релиз как основной PR-текст
13. Особенности текста бэкграундера
14. Особенности, цели в различных коммуникациях, техники создания интервью
15. Особенности, техники создания кейс-стори.
16. Рекламные и PR-тексты на радио – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки
17. Рекламные и PR-тексты для ТВ – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки
18. Реклама и PR-тексты в прессе – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки
19. Особенности текстов рекламной и пира-коммуникации в Интернете
20. Особенности текстов «смешанной» коммуникации

#### **Требования к контрольной работе**

Подготовка контрольной работы включает в себя поиск литературы, знакомство с ней, написание и оформление контрольной работы. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». Контрольная работа в

оформленном виде должен включать титульный лист, содержание, введение, основную часть с разбивкой на разделы (и, если необходимо, на подразделы), заключение, а также список использованных источников. Список должен включать, как правило, не менее трёх названий научной, научно-популярной литературы. Объём работы должен составлять от 10 до 15 страниц компьютерного набора на листах А4 с одной стороны шрифтом 14 через полтора интервала.

## **8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **8.1 Основная литература**

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] : пособие/ П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 260 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. — Загл. с экрана.

2. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Синергия, 2013. - 352 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. — Загл. с экрана.

3. Меньшиков, А. А. Мастер-класс «Работа с текстами в связях с общественностью»: Учебное пособие / А.А. Меньшиков. — Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре гос. техн. ун-т», 2013. — 103 с.

### **8.2 Дополнительная литература**

1. Гордиенко, Т. В. Журналистика и редактирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.В. Гордиенко. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 176 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. — Загл. с экрана.

2. Иванова, К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. - 3-е изд., обновлённое и доп. - СПб.: Питер, 2010. - 174с.

## **9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный. - Загл. с экрана.

2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный. - Загл. с экрана.

## **10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Обучение дисциплине «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает: изучение теоретических разделов дисциплины; подготовку к практическим занятиям.

Таблица 7 – Методические указания к отдельным видам деятельности

Компонент учебного плана	Организация деятельности обучающихся
Лекционные занятия	В процессе проведения лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Рекомендуется избегать дословного записывания информации за преподавателем, а самостоятельно формулировать краткие формулировки основных положений лекционного материала. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. В ходе лекции студенты могут задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Перед началом каждой лекции рекомендуется прочесть материал предыдущего лекционного занятия с целью установления взаимосвязей нового учебного материала с усвоенным ранее для формирования целостного видения изучаемой экономической проблематики.
Практические занятия	Основой для подготовки к практическому (семинарскому) занятию является содержание лекционных занятий. Помимо этого для более глубокого понимания учебного материала необходимо использовать в процессе подготовки к занятиям учебную и учебно-методическую литературу. Показателем полноценной готовности студента к практическому занятию является способность самостоятельно излагать материал, приводить примеры, высказывать собственное мнение/критическое суждение по спорным вопросам и аргументировать свою точку зрения. Все непонятные для обучающихся вопросы подробно разбираются на практическом занятии. Поэтому при подготовке к данному виду занятия студенту рекомендуется зафиксировать непонятные вопросы (закономерности, формулы, правила и пр.) и задать их преподавателю в начале занятия до проведения опроса.

Компонент учебного плана	Организация деятельности обучающихся
Контрольная работа	Подготовка контрольной работы включает в себя поиск литературы, знакомство с ней, написание и оформление контрольной работы. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». Контрольная работа в оформленном виде должен включать титульный лист, содержание, введение, основную часть с разбивкой на разделы (и, если необходимо, на подразделы), заключение, а также список использованных источников. Список должен включать, как правило, не менее трёх названий научной, научно-популярной литературы. Объём работы должен составлять от 10 до 15 страниц компьютерного набора на листах А4 с одной стороны шрифтом 14 через полтора интервала.

В качестве опорного конспекта лекций используется электронный учебник: *Меньшиков, А. А. Мастер-класс «Работа с текстами в связях с общественностью»: Учебное пособие / А.А. Меньшиков. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре гос. техн. ун-т», 2013. – 103 с.*

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

Освоение дисциплины «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»» основывается на активном использовании Microsoft Office в процессе изучения теоретических разделов дисциплины и подготовки к практическим занятиям. С целью повышения качества ведения образовательной деятельности в университете создана электронная информационно-образовательная среда. Она подразумевает организацию взаимодействия между обучающимися и преподавателями через систему личных кабинетов студентов, расположенных на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" по адресу <http://student.knastu.ru>.

Созданная информационно-образовательная среда позволяет осуществлять:

- фиксацию хода образовательного процесса посредством размещения в личном кабинета студентов отчетов о выполненных заданиях;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством организации дистанционного консультирования по вопросам выполнения контрольной работы.

**12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для реализации программы дисциплины «Мастер-класс «Тексты в связях с общественностью»» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 8.

Таблица 8 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
С выходом в интернет + локальное соединение	Мультимедийный класс	1 персональный ЭВМ с процессором	Проведение лекционных и практических занятий в виде презентаций

**Тестовые задания для входного контроля**

**1. Какой компонент является обязательным при составлении печатной рекламы?**

- А. Слоган;
- Б. Заголовок;
- В. Основной рекламный текст;
- Г. Эхо-фраза.

**2. В основе этого вида рекламного текста лежит агитация в пользу товара на основе логической или образной аргументации. Построен на сравнении с другими товарами-**

- А. Информировующий;
- Б. Побуждающий;
- В. Воодушевляющий;
- Г. Убеждающий.

**3. Реклама, в которой аргументация представлена в виде поэтапного действия называется:**

- А. Инструктирующая;
- Б. Реклама –диалог;
- В. Сравнительная.

**4. Это «выражение или предложение, поставленное в конце текста печатного объявления, которое повторяет (дословно или по смыслу) главную часть основного мотива в объявлении»:**

- А. Заголовок;
- Б. Слоган;
- В. Эхо-фраза.

**5. Что включает в себя интонация?**

- А. Диапазон
- Б. Ритм
- В. Все ответы верны

**6. Иноязычные инкрустации образуются при помощи...**

- А. Транскрипция
- Б. Аллитерация
- В. Все ответы верны

**7. Приём звуковой выразительности, повторение однородных гласных звуков, это...**

- А. Аллитерация

- Б. Ассонанс
- В. Ономатопея

**8. Выразительное художественное определение это:**

- А. Метафора;
- Б. Эпитет;
- В. Антитеза;
- Г. Контаминация.

**9. Синонимы, сближающиеся по значению в условиях одного контекста**

- А. Стилиевые;
- Б. Контекстуальные;
- В. Семантические;
- Г. Смысловые.

**10. Группа слов, состоящая из нескольких синонимов, называется:**

- А. Градация;
- Б. Ключевые слова;
- В. Синонимический ряд;
- Г. Антитеза.

