

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОУ ВПО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



Технология создания PR - текстов

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Международной журналистики**

Учебный план б42030230_22_3 жур.plx
Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Профиль "Международная журналистика"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 48

самостоятельная работа 59,8

Виды контроля в семестрах:

зачеты с оценкой 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе инт.	8	8	8	8
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,2	48,2	48,2	48,2
Сам. работа	59,8	59,8	59,8	59,8
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.и.н., доцент, Зайнулин Р.Ш.



Рабочая программа дисциплины

Технология создания PR - текстов

разработана в соответствии с ФГОС 3+:

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

составлена на основании учебного плана:

Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика

Профиль "Международная журналистика"

утвержденного учёным советом вуза от _____ протокол № _____

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Международной журналистики

Протокол от 16.10.2024 г. № 2

Срок действия программы: 20242029 уч.г.

Зав. кафедрой д.фил.н. Панков В.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС

_____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Международной журналистики



Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой д.фил.н. Панков В.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС

_____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Международной журналистики



Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой д.фил.н. Панков В.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС

_____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Международной журналистики

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой д.фил.н. Панков В.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель УМС

_____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Международной журналистики

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой д.фил.н. Панков В.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель освоения дисциплины - оснастить студентов знаниями в области технологии создания PR-текстов
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Психология массовых коммуникаций
2.1.2	Психология массовых коммуникаций (часть 1)
2.1.3	Психология массовых коммуникаций (часть 2)
2.1.4	Компьютерный дизайн
2.1.5	Основы критического мышления
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Социальная реклама
2.2.2	Медиакритика
2.2.3	Стилистика и литературное редактирование (Навыки письма)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов информации мирового и отечественного информационного поля

Знать:

Уровень 1	Знать авторскую деятельность с учетом специфики разных типов информации мирового и отечественного информационного поля
Уровень 2	Знать специфику разных типов информации мирового и отечественного информационного поля
Уровень 3	Знать разные типы информации мирового и отечественного информационного поля

Уметь:

Уровень 1	Уметь определять специфику разных типов информации мирового и отечественного информационного поля
Уровень 2	Уметь разделять разные типы информации мирового и отечественного информационного поля
Уровень 3	Уметь классифицировать информацию мирового и отечественного информационного поля

Владеть:

Уровень 1	Владеть способностью осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики разные типы информации мирового и отечественного информационного поля
Уровень 2	Владеть способностью реализовывать деятельность с учётом специфики разные типы информации мирового и отечественного информационного поля
Уровень 3	Владеть способностью вести аналитическую деятельность с учётом специфики разные типы информации мирового и отечественного информационного поля

ПК-5: Способен осуществлять выбор информационных поводов в соответствии с их актуальностью, и определение целевой аудитории посредством мониторинга через контент-анализ в соответствии с технологическими требованиями

Знать:

Уровень 1	Знать особенность информационных поводов в соответствии с их актуальностью, и определение целевой аудитории посредством мониторинга через контент-анализ в соответствии с технологическими требованиями
Уровень 2	Знать различия информационных поводов в соответствии с их актуальностью, и определение целевой аудитории посредством мониторинга через контент-анализ в соответствии с технологическими требованиями
Уровень 3	Знать информационные поводы в соответствии с их актуальностью, и определение целевой аудитории посредством мониторинга через контент-анализ в соответствии с технологическими требованиями

Уметь:

Уровень 1	Уметь осуществлять выбор информационных поводов в соответствии с их актуальностью, и определение целевой аудитории посредством мониторинга через контент-анализ в соответствии с технологическими требованиями
Уровень 2	Уметь реализовывать выбор информационных поводов в соответствии с их актуальностью, и определение целевой аудитории посредством мониторинга через контент-анализ в соответствии с технологическими требованиями

[illegible]

Уровень 3	Знает основы редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Уметь:	
Уровень 1	Умеет различать специфику редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Уровень 2	Умеет анализировать специфику редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Уровень 3	Умеет находить специфику редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Владеть:	
Уровень 1	Владеет способностью редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Уровень 2	Владеет способностью консультировать относительно редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Уровень 3	Владеет способностью частично осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	1. Широкое понимание текста.
3.1.2	2. Определение PR-текста,
3.1.3	3. Термин «жанр»
3.1.4	4. Типологию текстов PR А. Н. Чумикова, типологию текстов PR С. В. Пономарева и других исследователей
3.1.5	5. Основные интернет-площадки, на которых можно размещать PR-тексты.
3.1.6	6. Причины эволюции современных PR-текстов по сравнению с традиционными.
3.1.7	7. Чем отличаются электронные PR-тексты от традиционных.
3.1.8	8. Признак интерактивности PR-текста в Интернете.
3.1.9	9. Значения терминов «SEO-копирайтинг» и «рерайтинг».
3.1.10	10. Роль электронных PR-текстов в социальных сетях.
3.1.11	11. Определение пресс-релиза, укажите его виды.
3.1.12	12. Структуру и содержание пресс-релиза
3.1.13	13. Структуру интернет-релиза.
3.1.14	14. Что такое социомедиарелиз
3.1.15	15 Чем информационное письмо отличается от пресс-релиза
3.1.16	16. Виды приглашений.
3.1.17	17. На какие вопросы отвечают заголовок и лид текста
3.1.18	18. Что такое бэкграундер
3.1.19	19. Структуру и содержание аналитической справки
3.1.20	20. Определение факт-листа.
3.1.21	21. Что такое коммюнике?
3.1.22	22. Каковы основные функции слогана?
3.2	Уметь:
3.2.1	1. Анализировать широкое понимание текста.
3.2.2	2. Сегментировать типологию текстов PR А. Н. Чумикова, типологию текстов PR С. В. Пономарева и других исследователей
3.2.3	3. Выделять основные интернет-площадки, на которых можно размещать PR-тексты.
3.2.4	4. Выявлять причины эволюции современных PR-текстов по сравнению с традиционными.
3.2.5	5. Определять признак интерактивности PR-текста в Интернете.
3.2.6	6. Сравнивать электронные PR-тексты в социальных сетях.
3.2.7	7. Определять структуру и содержание пресс-релиза
3.2.8	8. Выявлять структуру и содержание аналитической справки
3.2.9	

3.3	Владеть:
3.3.1	1. Создавать PR-тексты
3.3.2	2. Составлять пресс-релизы
3.3.3	3. Писать приглашения
3.3.4	4. Разрабатывать слоган
3.3.5	5. Заполнять факт-лист
3.3.6	6. Писать информационное письмо
3.3.7	7. Писать заголовки
3.3.8	8. Готовить аналитическую справку
3.3.9	9. Писать посты для социальных сетей
3.3.10	10. Формировать социомедиариализ

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Пр. подг.	Примечание
	Раздел 1. Актуальные проблемы исследования PR-текста							
1.1	Проблема определения понятия «PR-текст» /Лек/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.1 Э1	2		Вводная дискуссия на тему: "Проблема определения понятия «PR-текст»"
1.2	Проблема определения понятия «PR-текст» /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1			
1.3	Проблема определения понятия «PR-текст» /Ср/	6	4	ПК-1	Л1.1 Л1.3 Э1			
1.4	Проблема жанровой типологии PR-текстов /Лек/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3 Э1			
1.5	Проблема жанровой типологии PR-текстов /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3 Э1			
1.6	Проблема жанровой типологии PR-текстов /Ср/	6	4	ПК-1 ПК-4 ПК-5	Л1.1 Л1.3 Э1			
	Раздел 2. Специфика PR-текстов в Интернете							
2.1	Возможности интернет-текстов в PR-коммуникации /Лек/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3	2		Дискуссия: "Эволюция PR-текстов в Интернете в ХХIв."
2.2	Возможности интернет-текстов в PR-коммуникации /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			
2.3	Возможности интернет-текстов в PR-коммуникации /Ср/	6	6	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			
2.4	Эволюция PR-текстов в Интернете /Лек/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			
2.5	Эволюция PR-текстов в Интернете /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			
2.6	Интернет-платформы для размещения и распространения электронных PR-текстов . /Ср/	6	7,8	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			

2.7	Жанры электронных PR-текстов /Лек/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			
2.8	Жанры электронных PR-текстов /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			
2.9	Жанры электронных PR-текстов /Ср/	6	6	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			
2.10	Электронные PR-тексты в социальных сетях Кыргызстана /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3	2		Фокус-группа на тему: "Электронные PR-тексты в социальных сетях в Кыргызстане"
2.11	Электронные PR-тексты в социальных сетях в Кыргызстане /Ср/	6	6	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3			
	Раздел 3. Базисные первичные простые PR-тексты							
3.1	PR-тексты оперативно-новостных жанров /Лек/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2			
3.2	Пресс-релиз, интернет-релиз, социомедиа-релиз и информационное письмо /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4	Л1.1 Л1.3 Э1 Э2			
3.3	Пресс-релиз, интернет-релиз, социомедиа-релиз и информационное письмо /Ср/	6	4	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3 Э1 Э2 Э3			
3.4	Приглашение /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3 Э1 Э2			
3.5	Приглашение /Ср/	6	4	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.6	PR-тексты исследовательско-новостных жанров /Лек/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2			
3.7	Бэкграундер /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.8	Бэкграундер /Ср/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.9	Лист вопросов-ответов /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2			
3.10	Лист вопросов-ответов /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.11	Аналитическая справка (аналитическая записка) /Лек/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			

3.12	Аналитическая справка (аналитическая записка) /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.13	Аналитическая справка (аналитическая записка) /Ср/	6	4	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1			
3.14	PR-тексты фактологических жанров: Факт-лист /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.15	Факт-лист /Ср/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.16	PR-тексты фактологических жанров: Биография /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4	Л1.1 Л1.3 Э1 Э2	2	2	Браин шторм на тему: "PR- тексты фактологическ их жанров: Факт-лист и биография"
3.17	Биография /Ср/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3 Э1 Э2 Э3			
3.18	PR-тексты исследовательских жанров: Заявление для СМИ и коммюнике /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3		2	
3.19	PR-тексты исследовательских жанров: Заявление для СМИ и коммюнике /Ср/	6	4	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.20	PR-тексты исследовательских жанров: Заявление для СМИ и коммюнике: Открытое письмо /Пр/	6	2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.21	Открытое письмо /Ср/	6	4	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3. 1 Э1 Э2 Э3			
3.22	/КрТО/	6	0,2	ПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-8	Л1.1 Л1.3 Э1 Э2 Э3			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Прокомментируйте широкое понимание текста, приведите примеры такого понимания.
2. В каком смысле — узком или широком — использовано понятие «текст» в определении PR-текста, предложенного А. Д. Кривоносовым? Обоснуйте ответ.
3. Прокомментируйте все компоненты определения PR-текста А. Д. Кривоносова.
4. Какие обозначения используются вместо термина «PR-текст» современными исследователями?
5. С какими процессами связана эволюция современного PR-текста?
6. Прокомментируйте определение PR-текста
7. Как вы понимаете значение термина «жанр»? Какие исследователи занимались проблемами жанра?
8. Дайте определение понятия «жанр PR-текста». Каковы его основные признаки?
9. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Н. Чумикова.
10. Прокомментируйте типологию текстов PR С. В. Пономарева.
11. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Д. Кривоносова.
12. Прокомментируйте типологию текстов PR К. А. Ивановой.
13. Прокомментируйте типологию текстов PR А. Е. Богоявленского.
14. Прокомментируйте типологию текстов PR С. С. Шляховой.
15. Какие возможности базисному субъекту PR предоставляет коммуникация в Сети? Чем она обеспечивается?
16. Назовите основные интернет-площадки, на которых можно размещать PR-тексты.

17. Какие тексты в социальных сетях и блогах можно считать PR-текстами?
18. Назовите причины эволюции современных PR-текстов по сравнению с традиционными.
19. Укажите, чем отличаются электронные PR-тексты от традиционных.
20. Прокомментируйте признак интерактивности PR-текста в Интернете.
21. Объясните, что такое гипертекстуальность.
22. Укажите модели гипертекстовых переходов и приведите примеры этих моделей в электронных PR-текстах.
23. Для чего нужны ключевые слова в интернет-текстах? Объясните значения терминов «SEO-копирайтинг» и «рерайтинг».
24. Прокомментируйте роль визуального компонента PR-текстов в Сети.
25. Что такое жанровый полиморфизм текста? Приведите примеры этого явления из PR-коммуникации.
26. Всегда ли, по вашему мнению, PR-текст в Интернете должен быть креативным? Приведите удачные и неудачные примеры креатива.
27. Какие новые жанры PR-текстов появились в Интернете?
14. Определите роль электронных PR-текстов в социальных сетях.
28. Есть ли различия между PR-текстами, размещенными в социальных сетях, и PR-текстами, размещенными в блогах? В чем они заключаются?
29. На конкретных примерах дайте сравнительную характеристику PR-текстам, размещенным на корпоративных сайтах компаний, в социальных сетях и в блогах. Чем различаются данные тексты?
30. Приведите примеры речевой раскрепощенности в PR-текстах, функционирующих в Интернете. Насколько оправдано подобное речевое поведение участников PR-коммуникации?
31. Сформулируйте определение PR-текста, указав его дифференциальные признаки.
32. Чем базисные PR-тексты отличаются от смежных?
33. Дайте определение оперативно-новостным жанрам PR-текстов. Чем отличаются оперативно-новостные жанры от всех других?
34. Укажите разновидности текстов оперативно-новостных жанров.
35. Дайте определение пресс-релиза, укажите его виды.
36. Какова структура и содержание пресс-релиза?
37. На какие вопросы должен отвечать заголовок пресс-релиза?
38. На какие вопросы должен отвечать лид пресс-релиза?
39. Охарактеризуйте особенности композиции, языка и стиля прессрелиза.
40. Сформулируйте основные правила оформления пресс-релиза.
41. Какие функции выполняет цитата в пресс-релизе?
42. Опишите структуру интернет-релиза.
43. Что такое социомедиа-релиз и какие его разновидности вам известны?
44. Чем информационное письмо отличается от пресс-релиза?
45. Какова цель приглашения как жанра PR-текста?
46. Назовите виды приглашений.
47. Укажите возможные формы обращения в приглашении.
48. Какова структура и содержание приглашения на пресс-конференцию?
49. Какова структура и содержание приглашения на презентацию?
50. Сформулируйте основные различия, касающиеся содержания пресс-релиза и приглашения.
51. Определите жанр следующего текста и охарактеризуйте его структуру и содержание.
52. На какие вопросы отвечают заголовок и лид текста?
53. Укажите особенности оформления заголовка. Соответствует ли структура релиза модели «перевернутая пирамида»?
54. Какие функции выполняет цитата в релизе?
55. Какую роль играют подчеркнутые слова в релизе?
56. Охарактеризуйте особенности исследовательско-новостных жанров. Какие разновидности исследовательско-новостных жанров вы знаете?
57. Что такое бэкграундер? Назовите его виды.
58. Каковы правила оформления бэкграундера?
59. Охарактеризуйте структуру и содержание бэкграундера (по абзацам).
60. Какова цель спонсорского бэкграундера?
61. Сформулируйте цели листа вопросов-ответов.
62. С каким журналистским жанром имеет сходство лист вопросов-ответов?
63. Охарактеризуйте особенности языка и стиля листа вопросов-ответов.
64. На каком основании аналитическую справку (аналитическую записку) можно отнести к исследовательско-новостным жанрам?
65. Дайте определение аналитической справки как PR-текста.
66. Для кого готовятся аналитические справки и с какой целью?
67. Каковы структура и содержание аналитической справки?
68. Результаты каких исследований могут быть отражены в аналитических справках?

69. Как следует оформлять аналитические справки (аналитические записки)?
70. Определите жанр текста. Укажите его разновидность. Проанализируйте особенности структуры и содержания данного текста.
71. В чем особенности фактологических жанров? Назовите виды фактологических жанров.
72. Дайте определение факт-листа. Как его еще называют в практике PR?
73. Какая информация может содержаться в факт-листе?
74. Где может размещаться факт-лист?
75. Дайте определение биографии как жанра PR-текста.
76. Охарактеризуйте структуру и содержание биографии.
77. Назовите разновидности биографии и укажите их характерные черты.
78. С каким журналистским жанром имеет схожие черты биографияповествование?
79. Определите жанр текста. Свой ответ обоснуйте. Определите целевую группу общественности, для которой составлен данный PR-текст.
80. Охарактеризуйте исследовательские жанры PR-текстов, назовите их виды.
81. Что является объектом отражения в заявлении для СМИ?
82. Прокомментируйте разные подходы к определению жанра заявления для СМИ.
83. На какие две группы можно разделить весь массив заявлений для СМИ?
84. Что такое коммюнике?
85. Укажите цель написания заявления.
86. Охарактеризуйте особенности структуры и содержания заявления для СМИ.
87. Укажите стилистико-языковые особенности жанра заявления.
88. Какие возможности для написания текста заявления для СМИ предоставляет Интернет?
89. Назовите типичные ошибки при написании текста заявления для СМИ.
90. В чем сходство заявления для СМИ и открытого письма?
91. По каким критериям открытое письмо можно отнести к PR-текстам?
92. К какой группе жанров относится открытое письмо как PR-текст?
93. Кому может быть адресовано открытое письмо?
94. Охарактеризуйте структуру и содержание открытого письма
95. Дайте определение смежным PR-текстам, перечислите их виды.
96. Охарактеризуйте слоган как смежный жанр PR-текста, укажите его виды.
97. Каковы основные функции слогана?
98. Какие виды слоганов вы знаете? Дайте определение рекламного (товарного) слогана.
99. Что представляет собой слоган организации? На какие виды он делится?
100. Сформулируйте определение корпоративного слогана. В каких сферах деятельности он используется? Приведите свои примеры корпоративных слоганов.

5.2. Темы курсовых работ (проектов)

Дисциплина не предусматривает курсовой работы

5.3. Фонд оценочных средств

Темы эссе:

1. Журналистика в Кыргызстане
2. Гендерные особенности медиапространства Кыргызстана
3. Специфика текста рекламных листовок
5. Нейросети в создании текстового контента

Темы презентаций:

Заявления для прессы (тексты выступлений основных действующих лиц мероприятия).

- Интервью
- Брошюра.
- Корпоративное издание.
- Пресс-ревью, вырезки из газет
- Занимательная статья.
- Рекламные проспекты
- Пресс-релиз

PR-текст

Задание для зачёта:

Необходимо взять любую политическую листовку и проанализировать её, ответив на следующие вопросы:

1. Каковы цели политической листовки?

2. Укажите типы политических листовок по форме и перечислите каналы распространения.
3. Назовите виды политических листовок по содержанию и охарактеризуйте каждый из них.
4. Опишите структуру политической листовки, выделите в ней обязательные и факультативные компоненты.
5. Создайте макет политической листовки для вымышленного лица, якобы баллотирующегося на выборную должность в какой-либо орган. Проанализируйте созданную вами листовку, выделив обязательные и факультативные компоненты.
6. Прочитайте текст политической листовки любого кандидата в мэрию города Бишкек
7. Определите тип данной политической листовки по содержанию.
8. Укажите, какие обязательные компоненты она включает.
9. Присутствуют ли в данной листовке факультативные компоненты?
10. Проанализируйте содержание листовки (биографию, слоган, тезисы программы и т.п.).
11. Прокомментируйте оформление листовки.

Критерии оценивания презентации

☐ Оправданность использование графических и анимационных элементов:

- Читаемость слайдов;
- Контраст фон-текст;
- Незагруженность слайдов;
- Использованный шрифт (д.б. без засечек, не злоупотреблять прописным, не мелкий).

☐ Оценка стиля оформления:

- Соблюдение единого стиля оформления;
- Избегание стилей, которые отвлекают от самой презентации;
- Использование на одном слайде не более 3-х цветов;
- Использование разных типов слайдов по необходимости: текстовые, изображения, схемы.

☐ Соблюдение принципов оформления:

- Лаконичности - размещение на слайде только необходимых, существенных информационных объектов в сжатом виде с сохранением максимальной информативности;
- Структурности - оформление структуры информационного объекта в четкой, легко запоминающейся форме, отражающей его характер;
- Обобщения - графические информационные объекты следует не дробить излишне, исключать из них элементы, обозначающие несущественные детали;
- Унификации - оформление информационных объектов в едином графическом и цветовом решении в пределах всей презентации.

☐ Оценка содержания информации:

- Текст носит тезисный характер;
- Используются короткие слова и предложения;
- Минимизировано количество предлогов, наречий, прилагательных;
- Заголовки привлекают внимание аудитории;
- Информация соответствует достоверным источникам;
- Обращение к источникам;
- Логика построения презентации;
- Яркий финал;
- Язык понятен аудитории;
- Техническая чистота (форматирование текста, отсутствие графических, стилистических, грамматических ошибок).

Критерии оценивания в «дискуссии»

10 баллов за участие в «дискуссии» студент получает за демонстрацию полного понимания обсуждаемой проблемы, высказывание собственного суждения по вопросу, аргументированные ответы на вопросы участников, соблюдение регламента выступления.

5 баллов за участие в «круглом столе» студент получает за понимание сути рассматриваемой проблемы, может высказать типовое суждение по вопросу, отвечает на вопросы участников, однако выступление носит затянутый или не аргументированный характер.

2 балла студент получает за участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков.

Критерии оценивания творческих заданий:

Отлично: продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Высокий уровень креативности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

Хорошо: продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Средний уровень креативности.

Удовлетворительно: продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности.

Неудовлетворительно: продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- письменная контрольная работа - 30 баллов.

Критерии оценивания устного ответа:

Отлично: правильно выполнены все задания. Продemonстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Хорошо: правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продemonстрирован хороший уровень владения материалом.

Удовлетворительно: проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продemonстрирован удовлетворительный уровень владения материалом.

Неудовлетворительно: проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Задания выполнены менее чем наполовину. Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом.

Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Эссе
Презентация
PR-текст

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	К.А.Иванова	копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов	Питер 2008
Л1.2	Блинкина-Мельник М.М.	Рекламный текст: задачник для копирайтеров.	2-е изд. Москва 2007
Л1.3	Ворошилов В. В.	Журналистика: учебник	СПб.: Изд-во Михайлова В. А. 2002

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ю.Н. Земская, И.Ю. Качесова, Л.М. Комиссарова	Теория текста: Учебное пособие	Наука
Л2.2	Науч. ред. Т.Н. Колокольцева	Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография	М.: Флинта 2013

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Овчинникова Н. Н.	Рекламное дело: Учебное пособие	Саратов: Корпорация «Диполь» 2012
Л3.2	Бердышев С. Н.	Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд.: Учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа 2012

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Сервис от Яндекс, который выдает статистику по запросам пользователей	https://wordstat.yandex.ru/
Э2	Инструмент для повышения качества текстов	https://glvrd.ru/
Э3	SCAN — система для управления репутацией, анализа и мониторинга СМИ	https://scan-interfax.ru/

6.3. Перечень информационных и образовательных технологий

6.3.1 Компетентностно-ориентированные образовательные технологии

6.3.1.1	В ходе прочтения данного курса, используются традиционные и интерактивные методы образования.
6.3.1.2	В качестве традиционных методов используется проведение практических занятий и лекций.
6.3.1.3	В форме интерактивных занятий применяется: деловая игра, брайн шторм и дискуссия.

6.3.1.4	Деловая игра – это способ обучения через проживание специально смоделированной ситуации, позволяющей раскрыть и закрепить необходимые в работе знания, умения и навыки. Деловая игра – это уникальная возможность выйти за рамки привычного образа действий и выявить потенциал для собственного личностного роста. Формат деловой игры обеспечивает гораздо более высокий уровень вовлеченности и мотивации участников, чем классические формы обучения, что способствует быстрому и качественному усвоению материала.	
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и программного обеспечения		
6.3.2.1	Сервис от Яндекс, который выдает статистику по запросам пользователей	https://wordstat.yandex.ru/
6.3.2.2	Инструмент для повышения качества текстов	https://glvrd.ru/
6.3.2.3	SCAN — система для управления репутацией, анализа и мониторинга СМИ	https://scan-interfax.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Лекционный кабинет предназначен на 40 посадочных мест.
7.2	В аудитории имеется мультимедийное оборудование. (проектор, ноутбук, интерактивная доска).
7.3	В ходе лекционных занятий демонстрируются слайдовые презентации, видео-ролики и видео-фильмы, связанные с дисциплиной - Технология создания PR.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Необходимо готовиться на все семинарские занятия, выполнять индивидуальные и групповые задания. Делать конспект лекций. Особое внимание необходимо уделять промежуточному и итоговому контролю.

Технологическая карта. См. Приложение 1