

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
«Амурский государственный университет»

Утверждаю  
Зав.каф. русского языка  
\_\_\_\_\_ Е.А. Оглезнева  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2012

Кафедра русского языка

УЧЕБНО – МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

**ПРОСЕМИНАРИЙ**

Основной образовательной программы по специальности 031001.65 «Филология»

Благовещенск 2012

УМКД разработан канд. филол. наук, доцентом Куроедовой Мариной Алексеевной

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры

Протокол заседания кафедры от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2012 г. № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

## **УТВЕРЖДЕН**

Протокол заседания УМСС специальности 031001.65 «Филология»

от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2012 г. № \_\_\_\_\_

Председатель УМСС \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Специальность 031001.65	<u>Филология</u>
Квалификация выпускника	<u>Филолог. Преподаватель</u>
Курс 2	<u>Семестр 3, 4</u>
Лекции	<u>20 часов</u>
Практические занятия <u>52 часа</u>	<u>Зачет 3 семестр</u>
Курсовая работа	<u>4 семестр</u>
Самостоятельная работа	<u>80 часов</u>
Общая трудоемкость дисциплины	<u>152 часа</u>

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** изучения дисциплины – формирование стилистической грамотности, развитие языкового чутья, способности правильно оценивать языковые факты и выбирать стилистические средства в зависимости от содержания пиар - текста, сферы и условий общения; углубить языковедческую подготовку студентов – филологов в аспекте стилистического функционирования языка в пиар коммуникации.

**Задачами** дисциплины являются: изучение PR – текста, существенных характеристик PR-текста; овладение стилистическими ресурсами русского языка; изучение сферы использования пиар - текста (языковое оформление и жанровое своеобразие); изучение стилистической организации текста.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина Просеминарий «PR – текст в системе публичных коммуникаций» относится к циклу ДС (цикл дисциплина специализации). Данный курс читается в третьем и четвертом семестрах на втором году обучения. Он опирается на знания, полученные в рамках дисциплин «Современный русский язык», «Русский язык и культура речи», «Риторика». Важным элементом успешного освоения стилистики пиар – текста, являются знания, полученные при изучении этих дисциплин, которые позволяют встроить новый материал в уже имеющуюся систему знаний о языке.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**1) Знать:** основные стилистические понятия и категории пиар - текста; стилистические ресурсы русского языка; сферы использования пиар - текста, языковое оформление и жанровое своеобразие.

**2) Уметь:** производить стилистический анализ пиар - текста; использовать языковые средства в зависимости от коммуникативных задач участников речевого акта.

**3) Владеть:** навыками стилистического анализа, редактирования, перефразирования предложений и текстов, конструирования стилистических дифференцированных предложений.

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 152 часа, в том числе: аудиторные - 72 часа, самостоятельная работа – 80 часов.

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				л	пр	ср	
1	Стилистика текста ПР – текста: существенные характеристики	3	1-8	6	16	20	Проверка конспектов. Устный опрос. Собеседование. Терминологический диктант. Выступление с докладом по теме исследования.

2	ПР – текст и типология его жанров. Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов	3	9-16	4	10	20	Проверка конспектов. Устный опрос. Собеседование. Выступление с докладом по теме исследования.
3	Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов. Характеристика жанров первичных ПР – текстов. Стилистика текста.	4	1 - 9	6	14	20	Проверка конспектов. Устный опрос. Собеседование. Выступление с докладом по теме исследования.
4	Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов. Жанровое своеобразие комбинированных, медиатекстов и смежных ПР – текстов.	4	10 - 16	4	12	20	Проверка конспектов. Устный опрос. Терминологический диктант. Выступление с докладом по теме исследования.

#### **4. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **4.1 Содержание разделов и тем дисциплины лекционного курса**

##### **Семестр 3**

##### **Раздел 1. Стилистика пиар – текста: сущностные характеристики**

##### **Тема 1: ПР – текст: основные характеристики**

Определение термина «ПР – текст». ПР – текст, рекламный текст, журналистский текст  
Теория коммуникации, процесс коммуникации: коммуникатор, - сообщение – коммуникант.  
Понятие «информация», «социальная информация», «ПР – информация».  
Понятие «ПР – коммуникация», задачи ПР – коммуникации (коммуникант - сообщение – целевая аудитория – канал коммуникации). Текст содержащий ПР – информацию:

##### **Тема 2: ПР – текст как объект научного изучения**

Проблема изучения категории текста. Понятие текста.  
Документ, типы фиксации документов: читаемые документы.

##### **Тема 3: ПР – текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский)**

Различия между ПР – текстом, рекламным и журналистским текстами.  
Факт в журналистском тексте.  
Рекламный текст, проблема его соотношения с ПР – текстом.

##### **Раздел 2. ПР – текст и типология его жанров. Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов**

##### **Тема 4: Проблемы классификации и принципы типологии ПР – текстов**

Понятие «тип текста». Принципы типологии ПР – текстов. Типология ПР – текстов:  
Первичные ПР – тексты. Медиатексты. Простой ПР – текст. Комбинированный ПР – текст.

## **Тема 5: Специфика жанрообразования в письменных ПР – коммуникациях**

Жанр ПР – текста. Причины трансформации ПР – жанров.  
Аспекты современной жанровой системы журналистики.  
Проблемы жанрообразования.

### **Семестр 4**

## **Раздел 3. Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов**

### **Тема 6: Характеристика жанров первичных ПР – текстов**

Понятие первичных текстов. *Оперативно – новостные жанры.*  
Пресс – релиз. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Новостной лист. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Приглашение. Виды приглашений. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
*Исследовательско – новостные жанры.*  
Бэкграундер. Лист вопросов и ответов. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
*Фактологические жанры.* Факт – лист. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Биография. Виды биографий: повествование. Некролог. Заявление. Поздравление. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

## **Раздел 4. Жанровое своеобразие комбинированных, медиатекстов и смежных ПР – текстов**

### **Тема 7: Комбинированные тексты**

Пресс – кит. Буклет, проспект, брошюра. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Ньюслеттер. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Листовка. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Медиатексты: занимательная статья, обзорная статья, имиджевая статья. Имиджевое интервью.  
Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Кейс – стори. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

## **4.2 Содержание тем практических (семинарских) занятий дисциплины**

### **Тема 1: ПР – текст: основные характеристики**

Определение термина «ПР – текст». ПР – текст, рекламный текст, журналистский текст.  
ПР – информация в публичных коммуникациях.  
Теория коммуникации, процесс коммуникации: коммуникатор, - сообщение – коммуникант.  
Понятие «информация», «социальная информация», «ПР – информация».  
Понятие «ПР – коммуникация», задачи ПР – коммуникации (коммуникант - сообщение – целевая аудитория – канал коммуникации).  
Текст содержащий ПР – информацию:  
Источник первичный – исходное сообщение (ПР – текст) – канал (типологическая разновидность ПР – текста) – код (жанровая разновидность ПР – текста) – посредник распространения информации (орган СМИ) – распространенное сообщение (опосредованный через СМИ ПР – текст) – результат коммуникации (создание оптимальной коммуникационной среды базисного субъекта ПР) – обратная связь.

### **Тема 2: ПР – текст как объект научного изучения**

Категории текста: категория отдельности; категория информативности; категория интеграции; категория целостности; категория когезии; категория коммуникативности.

Черты текста: открытость, закрытость, т.е. возможность дальнейших интерпретаций.

Документ, типы фиксации документов: читаемые документы; выполняющие свои, определенные функции в ПР – коммуникациях иконические документы; официальные и авторские документы; служебные документы.

Источники ПР – текста. Объект ПР – текста.

### **Тема 3: ПР – текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский)**

Текст рекламный и журналистский и ПР– текст.

Факт в журналистском тексте; соотнесенность информации с актуальной общественной практикой читателя.

Факторы, влияющие на отбор информации.

### **Раздел 2. ПР – текст и типология его жанров. Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов**

#### **Тема 4: Проблемы классификации и принципы типологии ПР – текстов**

Типология ПР – текстов:

Базисные (первичные и вторичные – простые и сложные);

Смежные ПР – тексты (неполнота функций, неполнота выраженности признака публичности базисного субъекта ПР или признака текста вообще).

Первичные ПР – тексты.

*Медиа*тексты. Простой ПР – текст. Комбинированный ПР – текст.

Классификация ПР – текстов.

#### **Тема 5: Специфика жанрообразования в письменных ПР – коммуникациях**

Жанр ПР – текста.

Причины трансформации ПР – жанров.

Аспекты современной жанровой системы журналистики.

Жанрообразующие факторы ПР – текста.

Предмет отображения ПР – текста.

Методы отображения в текстологии.

## **Семестр 4**

### **Раздел 3. Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов**

#### **Тема 6: Стилистика пиар – текста. Характеристика жанров первичных ПР – текстов**

Понятие первичных текстов. *Оперативно – новостные жанры.*

Пресс – релиз. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Новостной лист. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Приглашение. Виды приглашений. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

*Исследовательско – новостные жанры.*

Бэкграундер. Лист вопросов и ответов. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

*Фактологические жанры.* Факт – лист. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Биография. Виды биографий: повествование. Некролог. Заявление. Поздравление. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

### **Раздел 4. Жанровое своеобразие комбинированных, медиатекстов и смежных ПР – текстов**

## Тема 7: Комбинированные тексты

Пресс – кит. Буклет, проспект, брошюра. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Ньюслеттер. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Листовка. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Медиатексты: занимательная статья, обзорная статья, имиджевая статья. Имиджевое интервью. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Кейс – стори. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

## 5. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ раздела	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах
1	1	Подготовка к собеседованию. Подготовка к терминологическому диктанту. Выполнение практических заданий. Подготовка к собеседованию. Подготовка докладов по теме.	20
2	2	Чтение и конспектирование спец. литературы. Подготовка к собеседованию. Подготовка докладов по теме.	20
3	3	Чтение и конспектирование спец. литературы. Подготовка к семинарским занятиям. Выполнение контрольно - тренировочных упражнений. Подготовка к собеседованию. Подготовка докладов по теме.	20
4	4	Чтение и конспектирование спец. литературы. Выполнение практических заданий. Подготовка к самостоятельной работе. Подготовка к терминологическому диктанту. Подготовка докладов по теме.	20

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Образовательные технологии реализуются в ходе выполнения таких видов учебной деятельности как: лекции, практические (семинарские) занятия, самостоятельная работа студентов.

При проведении занятий рекомендуется использование активных и интерактивных форм занятий (семинары – дискуссии; Case – study – анализ реальных проблемных речевых ситуаций и поиск вариантов лучших решений; проблемное обучение; презентации с использованием мультимедийного оборудования) в сочетании с внеаудиторной работой.

## 7.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

### Раздел 1.



## **Работа над портфолио**

### **Структура портфолио**

- сопроводительное письмо (цели, вид, сведения об авторе);
- материалы по разделам курса (конспекты источников, в т.ч. электронные ресурсы);
- письменные работы (терминологические диктанты, презентации по темам практических занятий, презентации докладов по теме исследования).

### **Терминологический диктант (текущий контроль)**

#### **Задание:** Объясните значение терминов:

Стилистика, стиль, язык, речь, устная речь, письменная речь, функциональный стиль, аспекты стилистики, научный стиль, публицистический стиль, официально – деловой стиль, разговорный стиль, аспекты современной стилистики, стилистика пиар – текста, пиар – текст.

### **Собеседование (текущий контроль)**

#### **Вопросы к собеседованию по теме:**

1. Раскройте содержание и сущность коммуникационного взаимодействия.
2. Назовите субъекты и объекты коммуникации.
3. Какие сведения необходимо получить при определении адресных групп общественности?

## **Раздел 2.**

### **Собеседование (текущий контроль)**

#### **Вопросы к собеседованию по теме:**

1. Дайте определение пиар – тексту.
2. В чем текстовая особенность базисных и смежных текстов.
3. Каковы проблемы типологии и жанрообразования пиар – текстов.
4. Перечислите стилистические особенности первичных пиар – текстов.
5. Перечислите стилистические особенности комбинированных текстов.
6. Назовите особенности стилистики медиатекстов.
7. Перечислите аспекты современной жанровой системы журналистики.
8. Назовите жанрообразующие факторы пиар – текста.
9. Определите предмет отображения пиар – текста.
10. Назовите методы отображения текстологии

## **Раздел 3.**

### **Собеседование (текущий контроль)**

#### **Вопросы к собеседованию по теме: «Стилистика текста»**

1. Назовите различные подходы к тексту.
2. Перечислите признаки текста.
3. Дайте определение тексту.
4. Дайте определение межтекстовым связям.
5. Перечислите факторы, влияющие на особенности раскрытия темы.
6. Какова композиция текста?
7. Расскажите об учении В.В. Виноградова об образе автора.
8. Перечислите подходы к понятию структуры текста.
9. Каковы проблемы стилистического анализ текста?
10. Назовите пути и приемы стилистического анализа текста.

## **Раздел 4.**

### **Терминологический диктант (текущий контроль)**

### **Задание: Объясните значение терминов:**

Паблик рилейшнз, миссия, легенда, философия, визитная карточка, диффамация, имидж, медиапланирование, фасилитатор, кейтеринг, масс – медиа, паблисити, марочный знак, масс – медиа, мастер – бренд, медиа – кит, миссия бренда, макет, марочный знак, масс – медиа, мастер – бренд, невербальное общение, ньюсмейкер, ньюз – релиз, пресс – лист, презентация, пресса, пресс – релиз, ПР – обращение, ПР – сообщение.

### **Портфолио по курсу (завершающий этап)**

#### **Вопросы к зачету по курсу (итоговый контроль) 3 семестр**

1. Пиар – текст и типология его жанров.
2. Классификация способов использования СМИ в пиар – текстах.
3. Оперативно – новостные жанры пиар – текстов.
4. Исследовательские жанры пиар – текстов.
5. Образно – новостные жанры пиар – текстов.
6. Жанровое своеобразие комбинированных медиатекстов.
7. Стратегия и тактика использования СМИ в ПР; медиапланирование; функции и задачи специалиста в работе специалиста ПР и пресс – секретаря.
8. Дайте определение понятия «имидж».
9. Чем имидж отличается от репутации?
10. Что такое «фирменный стиль»? Назовите его элементы и объекты.
11. Какие сведения необходимо получить при определении адресных групп общественности?
12. Назовите несколько подходов определения групп общественности.
13. Какова внутриорганизационная типология групп общественности?
14. Существует ли общая формула определения приоритетности групп общественности?
15. Кто такие лидеры мнений, какова их роль в ПР?
16. Назовите основные виды изучения общественного мнения.
17. Назовите роль и возможности электронных СМИ при осуществлении связей с общественностью.
18. Какие вы можете назвать критерии выбора печатных СМИ для установления связей с общественностью?
19. Опишите организацию работы пресс – центра.
20. Перечислите сложившиеся определения понятия «связи с общественностью». Раскройте содержание каждого из них.
21. Как соотносятся понятия «связи с общественностью» и «коммуникация»?
22. Каковы тенденции ПР в начале 21 в.?
23. Назовите базовые составляющие понятия «связи с общественностью».
24. Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов. Пиар – текст и типология его жанров.
25. Контролируемая информация: ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс – релизы; медиа – киты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; кейс – истории; web- сайт.
26. Виды информации: корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама.
27. *Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов.* Типология ПР – текстов. Принципы жанровой классификации ПР – текстов.
28. Собственно ПР – тексты
29. Простые ПР – тексты. Пресс – релиз. Характеристика жанров первичных пиар – текстов.

30. Приглашение
31. Приглашение для журналистов. Приглашение для широкой общественности. Приглашение - извещение. Приглашение на специальное мероприятие.
32. Исследовательско – новостные жанры.
33. Бэкграундер. Лист – вопросов и ответов.
34. Фактологические жанры.
35. Факт – лист. Лист вопросов и ответов.
36. Исследовательские жанры
37. Заявление для СМИ.
38. Оперативно – образные жанры.
39. Байлайнер. Поздравление. Оперативные документы в связях с общественностью  
Деловые письма. Служебные записки. Годовой отчет. Коммуникационная программа.
40. Комбинированные ПР – тексты
41. Пресс – кит. Проспект. Брошюра. Буклет. Ньюслеттер.
42. Приемы устной речи. Дискуссия.

### **Темы курсовых работ (4 семестр)**

1. Структура речевого образа политического лидера и методы его формирования средствами политического PR (на примере конкретного политического лидера).
2. Речевая структура образа политической партии (движения) и методы его формирования средствами политического PR (на примере конкретной политической партии, движения).
3. Особенности построения партийного бренда.
4. Формирование «повестки дня» в политическом PR (лингвистический аспект).
5. Эвфемизмы как средство манипулирования в политическом дискурсе (на примере текстов предвыборных листовок).
6. Языковой фактор агрессивности в рекламном обращении (на примере социальной рекламы).
7. Прецедентные феномены как средство воздействия в политическом дискурсе.
8. Языковая игра в заголовках периодических изданий (на примере региональных СМИ).

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **а) Основная литература:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. - М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

### **б) дополнительная литература:**

1. Крылова О.А. Лингвистическая стилистика: учеб. пособие: рек. Мин. обр. РФ: в 2 кн./ О.А. Крылова Кн. 2: Практикум. – 2 – е изд., испр.. -2006. – 120 с.

2. Голуб И.Б. Упражнения по стилистике русского языка: учеб. пособие: рек. Мин. обр. РФ/ И.Б. Голуб. – 7 изд.. – М.: Айри – пресс, 2007. - 233 с.

3. Солганик Г.Я. Стилистика современного русского языка и культура речи: учеб. пособие: рек. УМО/ Г.Я. Солганик, Т.С. Дроняева. – 4 – е изд., испр.. – М.: Академия, 2007. – 253 с.

5. Солганик Г.Я. Практическая стилистика русского языка: учеб. пособие: рек. УМО/ Г.Я. Солганик. – 3 – е изд., стер.- М.: Академия, 2008. – 299 с.

4. Стилистический энциклопедический словарь русского языка/ под. Ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 696 с.

#### **Периодические издания:**

Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика

#### **в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

<b>№</b>	<b>Наименование ресурса</b>	<b>Краткая характеристика</b>
1	<a href="http://www.iqlib.ru">http://www.iqlib.ru</a>	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания
2	Электронная библиотечная система « <b>Университетская библиотека- online</b> » <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами-гуманитариями.
3	<a href="http://www.philology.ru">http:// www.philology.ru</a>	Русский филологический портал. Центральным разделом портала является библиотека.
4	<a href="http://www.zpu-journal.ru">http:// www.zpu-journal.ru</a>	Сайт представляет собой электронный журнал по филологическим наукам. Здесь можно найти необходимые книги по той или иной области филологии.

### **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Телеаппаратура и мультимедийный аппарат (все в стандартной комплектации для лекционных, практических занятий); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки).

### **10. РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

При балльно – рейтинговом контроле итоговая оценка выставляется не на основании оценки на экзамене, а складывается из полученных баллов за выполнение контрольных заданий по каждому учебному разделу. Рейтинговая составляющая такой системы контроля предполагает введение системы штрафов и бонусов, что позволяет осуществлять мониторинг учебной деятельности более эффективно. Штрафы могут назначаться за нарушение сроков сдачи и требований к оформлению работ, бонусные баллы – за выполнение дополнительных заданий или заданий повышенного уровня сложности. Сумма набранных баллов позволяет не только определить оценку студента по учебной дисциплине, но и его рейтинг в группе среди других студентов курса.

Данная система предполагает:

- систематичность контрольных срезов на протяжении всего курса в течение семестра;
- обязательную отчетность каждого студента за освоение каждой темы в срок, предусмотренный учебным планом и графиком освоения учебной дисциплины по семестрам и месяцам;
- регулярность работы каждого студента, формирование должного уровня учебной дисциплины, ответственности и системности в работе;
- обеспечение быстрой обратной связи между студентами и преподавателем, учебной частью, что позволяет корректировать успешность учебно-познавательной деятельности каждого студента и способствовать повышению качества обучения;
- ответственность преподавателя за мониторинг учебной деятельности каждого студента на протяжении курса.

Рейтинговая оценка знаний по дисциплине складывается из следующих компонентов:

- 1) работа на практических занятиях (опрос, участие в собеседовании, дискуссии);
- 2) выполнение самостоятельных работ;
- 3) знание терминологического минимума;
- 4) подготовка конспектов по темам лекционных и практических занятий;
- 5) заполнение портфолио по курсу;
- 6) написание и защита курсовой работы.

Таблица 1.1.  
Соотношение видов рейтинга

№	Вид рейтинга	Весовой коэффициент, %
1.	Стартовый рейтинг	3 %
2.	Текущий рейтинг	67%
3.	Теоретический	30%

Таблица 1.2.  
Соотношение видов учебной деятельности студента  
в рамках текущего рейтинга

№	Вид учебной деятельности	Мак количество баллов
1.	Посещение занятий	10
2.	Терминологические диктанты	4
2.1.	Курсовая работа	12
2.2.	Самостоятельная работа	10
3.	Конспекты	14
4.	<b>Другие виды работ:</b>	<b>50</b>
4.1.	Опрос	
4.2.	Индивидуальное выступление	
4.3.	Презентации по темам	
4.4.	Портфолио по курсу	

# КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ПРОГРАММНОГО МАТЕРИАЛА

## План – конспект лекций теоретического курса

### Лекция № 1.

**Тема: ПР – текст: основные характеристики**

**План:**

1. Определение термина ПР – текст, рекламный текст, журналистский текст.
2. Теория коммуникации.
3. Понятие ПР - коммуникации.

**Цели, задачи:**

Дать представление о роли, о пиар – тексте, рекламном тексте, журналистском тексте, теории коммуникации.

**Ключевые вопросы:**

Определение термина «ПР – текст». ПР – текст, рекламный текст, журналистский текст. ПР – информация в публичных коммуникациях. Понятие «публичные коммуникации», «коммуникация» понятие «публичная сфера», «публичный дискурс».

Теория коммуникации, процесс коммуникации: коммуникатор, - сообщение – коммуникант. Понятие «информация», «социальная информация», «ПР – информация». Два класса коммуникаций: получение информации через анализ публикуемой информации, изучение общественного мнения, законов и проблем, контакты с журналистами, чиновниками, потребителями и др. группами; распространение информации об организации в виде пресс – релизов и других публикаций, пресс – конференций и различных форм устного информирования, рекламы, информирования властных структур и др.

Понятие «ПР – коммуникация», задачи ПР – коммуникации (коммуникант - сообщение – целевая аудитория – канал коммуникации). Текст содержащий ПР – информацию:

Источник первичный – исходное сообщение (ПР – текст) – канал (типологическая разновидность ПР – текста) – код (жанровая разновидность ПР – текста) – посредник распространения информации (орган СМИ) – распространенное сообщение (опосредованный через СМИ ПР – текст) – результат коммуникации (создание оптимальной коммуникационной среды базисного субъекта ПР) – обратная связь.

**Литература:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

### Лекция 2.

**Тема: ПР – текст как объект научного изучения**

**План:**

1. Категория текста.
2. Черты текста.
3. Документ, типы фиксации документов.

#### **Цели и задачи:**

Дать представление о категории текста, о тексте в семиотике, лингвистике.

#### **Ключевые вопросы**

Проблема изучения категории текста. Понятие текста. Текст для семиотики и лингвистики. Категории текста: категория отдельности; категория информативности; категория интеграции; категория целостности; категория когезии; категория коммуникативности.

Черты текста: открытость, закрытость, т.е. возможность дальнейших интерпретаций.

Документ, типы фиксации документов: читаемые документы; выполняющие свои, определенные функции в ПР – коммуникациях иконические документы; официальные и авторские документы; служебные документы.

Источники ПР – текста. Объект ПР – текста.

#### **Литература:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

### **Лекция 3.**

**Тема: ПР – текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский)**

#### **План:**

1. Факт в журналистском тексте.
2. Рекламный текст и соотношение его с ПР – текстом.

#### **Цели и задачи:**

Дать представление о факте в публицистике, о факте в пиар – тексте, о соотношении рекламного и пиар – текста.

#### **Ключевые вопросы:**

Различия между ПР – текстом, рекламным и журналистским текстами.

Факт в журналистском тексте; соотнесенность информации с актуальной общественной практикой читателя. Факторы, влияющие на отбор информации.

Рекламный текст, проблема его соотношения с ПР – текстом. Обязательная маркировка рекламного текста.

#### **Литература:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.

2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

#### **Лекция 4.**

**Тема: Проблемы классификации и принципы типологии ПР – текстов**

**План:**

1. Понятие «тип текста».
2. Принципы типологии ПР – текстов.
3. Первичные ПР – тексты.

**Цели и задачи:**

Дать представление о типологии ПР – текстов.

**Ключевые вопросы:**

Понятие «тип текста». Принципы типологии ПР – текстов. Типология ПР – текстов: Базисные (первичные и вторичные – простые и сложные); Смежные ПР – тексты (неполнота функций, неполнота выраженности признака публичности базисного субъекта ПР или признака текста вообще): слоган – краткое речение; резюме – текст биографии персоны; пресс – ревью – копированные и сброшюрованные.

Первичные ПР – тексты. Медiateксты. Простой ПР – текст. Комбинированный ПР – текст.

Классификация ПР – текстов: 1) Реальная аудитория определенного вида массовой коммуникации; 2) Реальная аудитория средств конкретного канала массовой коммуникации; 3) реальная аудитория средств массовой коммуникации.

**Литература:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

#### **Лекция 5.**

**Тема: Специфика жанрообразования в письменных ПР – коммуникациях**

**План:**

1. Жанр ПР – текста.
2. Жанрообразующие факторы ПР – текста.

**Цели и задачи:**

Дать представление о жанрологии пиар – текста.

**Ключевые вопросы:**

Жанр ПР – текста. Причины трансформации ПР – жанров. Аспекты современной жанровой системы журналистики.



Проблемы жанрообразования.

Жанрообразующие факторы ПР – текста. Предмет отображения ПР – текста. Методы отображения в текстологии.

### **Литература:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

## **Семестр 4.**

### **Лекция 6.**

**Тема: Характеристика жанров первичных ПР – текстов**

**План:**

1. Оперативно – новостные жанры.
2. Исследовательско – новостные жанры.
3. Фактологические жанры.

**Цели и задачи:**

Дать представление об оперативно и исследовательско – новостных жанрах.

**Ключевые вопросы:**

Понятие первичных текстов. *Оперативно – новостные жанры.*

Пресс – релиз. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Новостной лист. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Приглашение. Виды приглашений. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

*Исследовательско – новостные жанры.*

Бэкграундер. Лист вопросов и ответов. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

*Фактологические жанры.* Факт – лист. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Биография. Виды биографий: повествование. Некролог. Заявление. Поздравление. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

**Литература:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

## Лекция 7.

### Тема: Комбинированные тексты

#### План:

1. Пресс – кит, требования к оформлению.
2. Ньюслеттер, требования к оформлению.
3. Листовка, требования к оформлению.

#### Цели и задачи:

Дать представление о правилах оформления комбинированных пиар – текстов.

#### Ключевые вопросы:

Пресс – кит. Буклет, проспект, брошюра. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Ньюслеттер. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Листовка. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Медиатексты: занимательная статья, обзорная статья, имиджевая статья. Имиджевое интервью. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

Кейс – стори. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

#### Литература:

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

## Методические указания для преподавателя

Включение дисциплины «Пресеминарий» в учебный план отвечает насущным потребностям подготовки филологов, которые получают специализацию «филологическое обеспечение связей с общественностью».

Эффективная подготовка современного специалиста в филолога разных областях связей с общественностью предполагает в качестве необходимой базы высокую профессиональную компетентность субъекта образовательного процесса, без которой невозможно или затруднено освоение образовательных маршрутов. Знание теории и практики подготовки и написания пиар – текстов становится все более и более мощным средством регуляции отношений компании и руководства, а также клиента.

Интенсивное развитие гуманитарного знания современной науки предполагают особое внимание к технологиям подготовки пиар – текстов. Ориентация современной науки и современных образовательных компетенций делают особенно актуальной проблему понимания, которая, в свою очередь, неразрывно связана с языком, языковой способностью человека, языковыми знаниями в области пиар. Именно знание теории и практики пиар, знание организации работы пиар - менеджера дает возможность воспринимать все учебные дисциплины профессиональной направленности, реализовать творческий потенциал личности в соответствующей предметной области.

Современные образовательные программы, признающие приоритет личности обучаемого, непременно должны учитывать, что значимым оказывается соотношение знания теории и практики связей с общественностью.

Ставшее актуальным в последние годы понятие пиар - текст связано со способностью разрабатывать пиар – тексты в соответствии с конкретными коммуникативными задачами, извлекать информацию из текстов.

В период обучения в вузе специалист - филолог в максимальной степени вовлечен в деятельность, связанную с восприятием и переработкой множества текстов разных стилей и жанров, как и в деятельность по созданию текстов. Это также требует от студентов интенсивной работы над собственными речевыми навыками, технологиями в области пиар.

В соответствии с этими исходными положениями и составлен комплекс по дисциплине. На практических занятиях предполагаются различные виды работы: подготовка и рассылка пресс – релизов и др. пиар – тестов, организация пресс – мероприятий, введены задания, требующие от студентов осмысления текстовых фрагментов из выступлений известных политиков, так как в организации работы пиар – отдела необходимо учитывать творческий сегмент работы менеджеров. Теоретические вопросы целесообразно рассматривать, соотнося их с конкретными практическими заданиями, представляющими собой систему в каждой изучаемой теме.

В течение всего времени изучения дисциплины текущий контроль осуществляется беседами по теме. Беседы носят обучающий характер. Основная задача – контроль формирования теоретической и практической культуры студентов в области связей с общественностью.

Рейтинговая система контроля выполнения самостоятельной работы дает возможность активизировать самостоятельную учебно-познавательную деятельность студентов.

## Методические указания к семинарским, практическим занятиям

В течение семестра необходимо усвоить учебный материал, который предложен на практических занятиях, в учебных и методических пособиях.

Работу следует начинать с уточнения темы и составления плана работы, в котором намечается последовательность повторения и закрепления изученного нового материала, соотнесение теории и содержания практических упражнений, для выполнения которых требуются соответствующие теоретические знания; прогнозируется и примерное время, необходимое для каждого из этих видов работы.

Основной вид работы с книгой – *чтение*. При изучении нового материала надо стараться точно определить объем текста, с которым следует ознакомиться при подготовке конкретной темы и, исходя из целей, задач и объема имеющегося времени, выбрать один из видов чтения.

*Чтение учебной и научной книги должно реализовать изучающую цель.* Цель и з у ч а ю щ е г о чтения – максимально полно и точно понять содержащуюся информацию. Текст читается целиком, темп – медленный, отдельные места перечитываются.

*Чтение научного текста должно сопровождаться словарной работой:* непонятные и незнакомые слова, а также неизвестные термины в ходе чтения должны уточняться по словарям и записываться в тетрадь. В процессе чтения необходимо периодически останавливаться, вдумываясь в прочитанное.

Если непонятен какой-либо фрагмент, следует перечитать его еще раз и уяснить, что именно вам непонятно: слово, выражение, мысль. Важно получить ответы на все возникшие вопросы: либо найти ответ в словарях, либо в других книгах, либо обратиться к специалистам.

По окончании изучающего чтения каждого параграфа необходимо записать в тетрадь определения понятий, основные положения, примеры. *Чтение с записью прочитанного – условие серьезного и осознанного обучения.*

Рекомендуются следующие формы работы с учебной и научной книгой:

- 1) выделение наиболее важных понятий и повторное чтение их определений;
- 2) запись в тетрадь точных формулировок основных понятий;
- 3) составление конспекта параграфа одного из пособий;
- 4) заучивание определений наиболее важных понятий;
- 5) повторение определений наиболее важных понятий;
- 6) заучивание примеров, приводимых в пособиях для подтверждения наиболее важных положений данной темы.

Подготовка начинается с оформления записей, рабочих помет, дополнений, сделанных на предыдущем аудиторном занятии.

Затем изучается теоретический материал по плану практического занятия, запоминаются основные понятия и их формулировки.

Следующий этап – выполнение практических заданий. Необходимо следовать рекомендациям к каждому заданию, анализировать предлагаемые образцы, на основе которых будет выполняться задание, использовать справочники и словари при анализе языковых единиц.

Трудные темы целесообразно изучать в течение длительного времени. При этом степень трудности различных тем каждый студент определяет для себя индивидуально. Рекомендуются следующие формы работы:

- 1) продумывание заголовка темы;
- 2) первоначальное чтение материала по данной теме в других имеющихся пособиях;
- 3) составление кратких тезисов к пунктам плана практического занятия;
- 4) выполнение упражнений и заданий, представленных в плане практического занятия;
- 5) подбор собственных примеров для наиболее важных положений данной темы;
- 6) выявление связей данной темы с другими темами курса;
- 7) выявление связей данной темы с темами других курсов, изучаемых по специальности в целом, и лингвистическим дисциплинам в частности;

9) определение возможных путей использования знаний по данной теме в работе филолога;

10) объяснение данной темы другим студентам.

Рекомендованные формы подготовки к практическим занятиям применяются вариативно, исходя из особенности содержания конкретной темы, а также с учетом индивидуальных особенностей студентов.

## Практикум № 1.

**Тема: ПР – текст: основные характеристики**

**План занятия:**

1. Определение термина «ПР – текст». ПР – текст, рекламный текст, журналистский текст. ПР – информация в публичных коммуникациях.
2. Теория коммуникации, процесс коммуникации: коммуникатор, - сообщение – коммуникант. Понятие «информация», «социальная информация», «ПР – информация».
3. Текст содержащий ПР – информацию:

**Список литературы:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

## Практикум 2.

**Тема: ПР – текст как объект научного изучения**

**План занятия:**

1. Категории текста: категория отдельности; категория информативности; категория интеграции; категория целостности; категория когезии; категория коммуникативности.
2. Черты текста: открытость, закрытость, т.е. возможность дальнейших интерпретаций.
3. Документ, типы фиксации документов: читаемые документы; выполняющие свои, определенные функции в ПР – коммуникациях иконические документы; официальные и авторские документы; служебные документы.
4. Источники ПР – текста. Объект ПР – текста.

**Список литературы:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

### Практикум 3.

**Тема: ПР – текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский)**

**План занятия:**

1. Текст рекламный и журналистский и ПР– текст.
2. Факт в журналистском тексте; соотносённость информации с актуальной общественной практикой читателя.
3. Факторы, влияющие на отбор информации.

**Список литературы:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

**Раздел 2. ПР – текст и типология его жанров. Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов**

### Практикум 4.

**Тема: Проблемы классификации и принципы типологии ПР – текстов**

**План занятия:**

1. Типология ПР – текстов:
2. Базисные (первичные и вторичные – простые и сложные).
3. Смежные ПР – тексты (неполнота функций, неполнота выраженности признака публичности базисного субъекта ПР или признака текста вообще).
4. Первичные ПР – тексты.
5. *Медиа*тексты. Простой ПР – текст. Комбинированный ПР – текст.
6. Классификация ПР – текстов.

**Список литературы:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

### Практикум 5.

**Тема: Специфика жанрообразования в письменных ПР – коммуникациях**

**План занятия:**

1. Жанр ПР – текста.
2. Причины трансформации ПР – жанров.

3. Аспекты современной жанровой системы журналистики.
4. Жанрообразующие факторы ПР – текста.
5. Предмет отображения ПР – текста.
6. Методы отображения в текстологии.

#### **Список литературы:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

### **Семестр 4**

#### **Раздел 3. Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов**

##### **Практикум 6.**

#### **Тема: Стилистика пиар – текста. Характеристика жанров первичных ПР – текстов**

##### **План занятия:**

1. Понятие первичных текстов. *Оперативно – новостные жанры:*  
Пресс – релиз. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Новостной лист. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Приглашение. Виды приглашений. Требования к содержанию, составлению и оформлению.
2. *Исследовательско – новостные жанры.*  
Бэкграундер. Лист вопросов и ответов. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
*Фактологические жанры.* Факт – лист. Требования к содержанию, составлению и оформлению.  
Биография. Виды биографий: повествование. Некролог. Заявление. Поздравление. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

##### **Список литературы:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.

#### **Раздел 4. Жанровое своеобразие комбинированных, медиатекстов и смежных ПР – текстов**

##### **Практикум 7.**

#### **Тема: Комбинированные тексты**

##### **План занятия:**

1. Пресс – кит. Буклет, проспект, брошюра. Требования к содержанию, составлению и оформлению.
2. Ньюслеттер. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

3. Листовка. Требования к содержанию, составлению и оформлению.
4. Медиатексты: занимательная статья, обзорная статья, имиджевая статья. Имиджевое интервью. Требования к содержанию, составлению и оформлению.
5. Кейс – стори. Требования к содержанию, составлению и оформлению.

**Список литературы:**

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.
4. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: учеб.: рек. Мин. обр. РФ/ В.Ф. Кузнецов. – 2 – е изд., доп. и перераб.. – М.: Аспект Пресс, 2008, 2009. – 511 с.



## Методические указания по самостоятельной работе студентов

Объем самостоятельной работы определен учебным планом направления подготовки 031001. 65– 80 ч.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью учебного процесса. Она запланирована и структурирована таким образом, чтобы студент при подготовке к занятиям наиболее эффективно осваивал теоретический материал и получал системные знания по курсу.

Количество времени, запланированное на самостоятельную работу, рассчитывалось, с одной стороны, исходя из норм, отраженных в ГОС дисциплины, а с другой – с опорой на сложившуюся систему подготовки по курсу. Время указано максимальное. Если студент посещает практические занятия, то самостоятельная работа не займет много времени. В случае пропусков или неэффективной работы в аудитории самостоятельная работа займет гораздо больше времени.

При подготовке к **практическим занятиям** рекомендуется внимательно ознакомиться с планом практического занятия, ответить на заданные вопросы. Ответ должен быть полным и аргументированным. Рекомендуется прочитать и ознакомиться с изложением материала в учебнике и научной литературе, сделать для себя необходимые выписки. Встречающуюся терминологию необходимо истолковать с опорой на лингвистические словари и справочники, учебную и научную литературу. Приветствуется использование интернет-ресурсов. Необходимо указывать источник цитирования, автора. Для интернет-ресурсов – адрес (URL). При подготовке развернутого ответа рекомендуется составить план, включить туда цитаты, основные мысли, свои собственные наблюдения, оценки, интерпретацию. При работе с текстом, рекомендованным для анализа, в первую очередь, необходимо его прочитать минимум 2 – 3 раза, попытаться понять его содержание.

**При работе с интернет-ресурсами** обращайте внимание на источник: оригинальный авторский материал, реферативное сообщение по материалам других публикаций, студенческая учебная работа (реферат, курсовая, дипломная и др.). Оригинальные авторские материалы, как правило, публикуются на специализированных тематических сайтах или в библиотеках, у них указывается автор, его данные. Выполнены такие работы последовательно в научном или научно-популярном стиле. Это могут быть научные статьи, тезисы, учебники, монографии, диссертации, тексты лекций и под. На основе таких работ на некоторых сайтах размещаются рефераты или обзоры. Обычно они не имеют автора, редко указываются источники реферирования. Сами сайты посвящены разнообразной тематике. К таким работам стоит относиться критически, как и к сайтам, где размещаются учебные студенческие работы. Качество этих работ зачастую не выдерживает никакой критики, поэтому сначала подумайте, оцените ресурс, а уже потом им пользуйтесь. В остальном с интернет-источниками можно работать как с обычной печатной литературой. Интернет – это еще и огромная библиотека, где вы можете найти практически любой художественный текст. Кроме того, в интернете представлены программы для автоматической обработки текста, некоторые из которых – любопытные и забавные игрушки, а некоторые – вполне серьезные методики изучения текста. В интернете огромное количество словарей и энциклопедий, использование которых приветствуется.

**Для подготовки самостоятельной работы необходимо использовать основную и дополнительную литературу, а также интернет источники, указанные в рабочей программе дисциплины (см. раздел: Рабочая программа п. 9. Учебно – методическое и информационное обеспечение дисциплины).**

## САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ раздела	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах
1	1	<p><b>Чтение и конспектирование спец. литературы:</b></p> <p>1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.</p> <p>2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.</p> <p>3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p><b>Подготовка к собеседованию.</b></p> <p><b>Подготовка к терминологическому диктанту.</b></p> <p><b>Выполнение практических заданий.</b></p> <p><b>Подготовка к собеседованию.</b></p> <p><b>Подготовка докладов по теме.</b></p>	20
2	2	<p><b>Чтение и конспектирование спец. литературы:</b></p> <p>Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.</p> <p>2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.</p> <p>3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p><b>Подготовка к собеседованию.</b></p> <p><b>Подготовка докладов по теме.</b></p>	20
3	3	<p><b>Чтение и конспектирование спец. литературы:</b></p> <p>Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.</p> <p>2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью): учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.</p> <p>3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p><b>Подготовка к семинарским занятиям.</b></p> <p><b>Выполнение контрольно - тренировочных упражнений.</b></p> <p><b>Подготовка к собеседованию.</b></p> <p><b>Подготовка докладов по теме.</b></p>	20
4	4	<p><b>Чтение и конспектирование спец. литературы:</b></p> <p>Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа – рилейшнз: учеб. пособие/ М.В. Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335 с.</p> <p>2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью):</p>	20

	<p>учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е изд.. – Екатеринбург: Деловая книга; М.: Академический Проект, 2007. – 304 с.</p> <p>3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: учеб. пособие: рек. УМО/ Ф.И. Шарков. – 2 – е., 3 – е., 4 – е. изд. – М.: Дашков и К, 2007, 2009, 2010. – 330 с.</p> <p><b>Выполнение практических заданий.</b></p> <p><b>Подготовка к самостоятельной работе.</b></p> <p><b>Подготовка к терминологическому диктанту.</b></p> <p><b>Подготовка докладов по теме.</b></p>	
--	---	--

## ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

### Работа над портфолио

#### Структура портфолио

- сопроводительное письмо (цели, вид, сведения об авторе);
- материалы по разделам курса (конспекты источников, в т.ч. электронные ресурсы);
- письменные работы (терминологические диктанты, презентации по темам практических занятий, презентации докладов по теме исследования).

### Терминологический диктант

#### Задание: Объясните значение терминов:

Стилистика, стиль, язык, речь, устная речь, письменная речь, функциональный стиль, аспекты стилистики, научный стиль, публицистический стиль, официально – деловой стиль, разговорный стиль, аспекты современной стилистики, стилистика пиар – текста, пиар – текст.

### Собеседование

#### Вопросы к собеседованию по теме:

1. Раскройте содержание и сущность коммуникационного взаимодействия.
2. Назовите субъекты и объекты коммуникации.
3. Какие сведения необходимо получить при определении адресных групп общественности?

## Раздел 2.

### Собеседование

#### Вопросы к собеседованию по теме:

1. Дайте определение пиар – тексту.
2. В чем текстовая особенность базисных и смежных текстов.
3. Каковы проблемы типологии и жанрообразования пиар – текстов.
4. Перечислите стилистические особенности первичных пиар – текстов.
5. Перечислите стилистические особенности комбинированных текстов.
6. Назовите особенности стилистики медиатекстов.
7. Перечислите аспекты современной жанровой системы журналистики.
8. Назовите жанрообразующие факторы пиар – текста.
9. Определите предмет отображения пиар – текста.
10. Назовите методы отображения текстологии

## Раздел 3.

### Собеседование

#### Вопросы к собеседованию по теме: «Стилистика текста»

1. Назовите различные подходы к тексту.
2. Перечислите признаки текста.
3. Дайте определение тексту.
4. Дайте определение межтекстовым связям.
5. Перечислите факторы, влияющие на особенности раскрытия темы. Какова композиция текста? Расскажите об учении В.В. Виноградова об образе автора.
6. Перечислите подходы к понятию структуры текста.
7. Каковы проблемы стилистического анализа текста?
8. Назовите пути и приемы стилистического анализа текста.

## Раздел 4.

### Терминологический диктант

**Задание: Объясните значение терминов:**

Паблик рилейшнз, миссия, легенда, философия, визитная карточка, диффамация, имидж, медиапланирование, фасилитатор, кейтеринг, масс – медиа, паблисити, марочный знак, масс – медиа, мастер – бренд, медиа – кит, миссия бренда, макет, марочный знак, масс – медиа, мастер – бренд, невербальное общение, нюсмейкер, ньюз – релиз, пресс – лист, презентация, пресса, пресс – релиз, ПР – обращение, ПР – сообщение.

## Итоговый контроль

На зачете обязательно представить своё портфолио, в котором должны быть: пресс – релизы, пресс – кит, ньюслеттер, биографии, терминологический минимум, конспекты теоретического материала, презентации.

При подготовке к зачету рационально используйте время. Сначала ознакомьтесь с материалами курса в целом, поскольку только исходя из целого можно понять части. Читайте учебники и научную литературу. Обращайтесь к справочной литературе.

При подготовке ответа на вопросы сначала составьте план. Помните, что ваш ответ – это тоже текст, и построен он должен быть с учетом всех требований, предъявляемых к хорошему тексту. Не старайтесь всё выучить наизусть – это невозможно. Старайтесь понять суть, излагайте ее собственными словами. Иллюстрируйте теоретические положения собственными наблюдениями над текстами, можно использовать материалы практических занятий.

### Вопросы к зачету по курсу 3 семестр

1. Пиар – текст и типология его жанров.
2. Классификация способов использования СМИ в пиар – текстах.
3. Оперативно – новостные жанры пиар – текстов.
4. Исследовательские жанры пиар – текстов.
5. Образно – новостные жанры пиар – текстов.
6. Жанровое своеобразие комбинированных медиатекстов.
7. Стратегия и тактика использования СМИ в ПР; медиапланирование; функции и задачи специалиста в работе специалиста ПР и пресс – секретаря.
8. Дайте определение понятия «имидж».
9. Чем имидж отличается от репутации?
10. Что такое «фирменный стиль»? Назовите его элементы и объекты.
11. Какие сведения необходимо получить при определении адресных групп общественности?
12. Назовите несколько подходов определения групп общественности.
13. Какова внутриорганизационная типология групп общественности?
14. Существует ли общая формула определения приоритетности групп общественности?
15. Кто такие лидеры мнений, какова их роль в ПР?
16. Назовите основные виды изучения общественного мнения.
17. Назовите роль и возможности электронных СМИ при осуществлении связей с общественностью.
18. Какие вы можете назвать критерии выбора печатных СМИ для установления связей с общественностью?
19. Опишите организацию работы пресс – центра.
20. Перечислите сложившиеся определения понятия «связи с общественностью». Раскройте содержание каждого из них.
21. Как соотносятся понятия «связи с общественностью» и «коммуникация»?
22. Каковы тенденции ПР в начале 21 в.?
23. Назовите базовые составляющие понятия «связи с общественностью».
24. Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов. Пиар – текст и типология его жанров.
25. Контролируемая информация: ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс – релизы; медиа – киты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; кейс – истории; web- сайт.
26. Виды информации: корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама.

27. *Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов.* Типология ПР – текстов. Принципы жанровой классификации ПР – текстов.
28. Собственно ПР – тексты
29. Простые ПР – тексты. Пресс – релиз. Характеристика жанров первичных пиар – текстов.
30. Приглашение
31. Приглашение для журналистов. Приглашение для широкой общественности. Приглашение - извещение. Приглашение на специальное мероприятие.
32. Исследовательско – новостные жанры.
33. Бэкграундер. Лист – вопросов и ответов.
34. Фактологические жанры.
35. Факт – лист. Лист вопросов и ответов.
36. Исследовательские жанры
37. Заявление для СМИ.
38. Оперативно – образные жанры.
39. Байлайнер. Поздравление. Оперативные документы в связях с общественностью. Деловые письма. Служебные записки. Годовой отчет. Коммуникационная программа.
40. Комбинированные ПР – тексты
41. Пресс – кит. Проспект. Брошюра. Буклет. Ньюслеттер.
42. Приемы устной речи. Дискуссия.

#### **Темы курсовых работ (4 семестр)**

1. Структура речевого образа политического лидера и методы его формирования средствами политического PR (на примере конкретного политического лидера).
2. Речевая структура образа политической партии (движения) и методы его формирования средствами политического PR (на примере конкретной политической партии, движения).
3. Особенности построения партийного бренда.
4. Формирование «повестки дня» в политическом PR (лингвистический аспект).
5. Эвфемизмы как средство манипулирования в политическом дискурсе (на примере текстов предвыборных листовок).
6. Языковой фактор агрессивности в рекламном обращении (на примере социальной рекламы).
7. Прецедентные феномены как средство воздействия в политическом дискурсе.
8. Языковая игра в заголовках периодических изданий (на примере региональных СМИ).

## **Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе**



## Содержание

Рабочая программа.....	3
Краткое изложение программного материала	14
Методические указания для преподавателя.....	19
Методические указания к семинарским, практическим занятиям.....	20
Задания для подготовки к практическим занятиям.....	21
Методические указания по самостоятельной работе.....	25
Текущий контроль знаний.....	28
Итоговый контроль знаний.....	30
Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе.....	32