

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

**МАСТЕР - КЛАСС «РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И
СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

сборник учебно-методических материалов

для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
факультета математики и информатики
Амурского государственного
университета*

Составитель: Лагута Н.В.

Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»: сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017.

© Амурский государственный университет, 2017
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики, 2017
Лагута Н.В., составление

Содержание

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	4
Методические указания к практическим занятиям	4
Методические рекомендации для преподавателя	10
Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов	12
Контроль знаний	16

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»» изучается студентами очного отделения, занимающимися по программе получения высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина «Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»» в системе знаний определяется неразрывной связью с такими науками, как, **риторика, психология**. При работе со студентами весьма эффективным является использование способа межпредметных связей. Основной формой учебной работы является: практические занятия. Важной частью подготовки к практическому занятию является овладение студентами теоретическим материалом, представленным на занятии педагогом и в рекомендованной литературе. Но главное в данном занятии - практическая методика тренировки творческих способностей студентов. Цель практических занятий – не только контроль знаний студентов, но и привитие навыка написания материалов по рекламе и связей с общественностью. Важной частью подготовки к практическим занятиям является овладение теоретическим материалом, представленным в рекомендованной литературе. Содержание практических занятий раскрывается путем указания возможных видов занятий, направленных на формирование умений и навыков, основой которых является усвоение теоретико-познавательной части курса. Отбор изучаемого материала производится в соответствии с профессиональными запросами обучаемых. При этом предпочтение отдается разработкам, доведенным до практических правил применения их в будущей работе по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Для развития и формирования профессиональных навыков обучающихся в рамках курса «Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»» предусматривается проведение не менее 70% аудиторных занятий в интерактивных формах. В рамках дисциплины используются следующие технологии формирования компетенций: метод малых групп, упражнения, подготовка проектных работ, использование кейсовых методов работы, упражнений в режиме тренинга. Кроме того: интервьюирование членов группы, "мозговой штурм", моделирование игровых ситуаций и процессов, использование креативного мышления в технологии проектирования текстов, написание сценариев, использование методов генерирования творческих идей в работе над текстами рекламы и связей с общественностью.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Планы практических занятий содержат теоретические вопросы и практические задания. Виды заданий и их количество могут варьироваться по усмотрению преподавателя.

Тема 1: Понятие пиар – текста. Цели пиар – текста. Общая типология ПР – текстов

План

1. Технологии по составлению вербальных письменных и устных текстов: копирайтинг, спичрайтинг.
2. Разновидности ПР – информации. Специфика ПР – текста (дискурс).
3. Цель создания ПР – текста: информация, конкурентное преимущество, уникальное торговое предложение.
4. *Вид пиар – текста*: внешний – внутренний; внутрикультурный – межкультурный; информационный – имиджевый; убеждающий – внушающий – смешанный; художественный – нехудожественный; вербальный – смешанный; ориентированный – неориентированный; электронный – печатный.

Задание

1. В данном тексте пресс-релиза определите:

1. объект PR-текста;
2. характер содержащейся PR-информации и назовите её признаки;
3. признаки PR-текста;
4. найдите ошибки в данном пресс-релизе.

Пресс-релиз 30 ноября 2001 г.

Фабрика «Крафт Фудс» отмечает годовщину своего открытия Ленинградская область.

30 ноября 2001 г. на фабрике «Крафт Фудс» состоялась торжественная церемония, посвященная празднованию первой годовщины со дня открытия этого современного предприятия. Фабрика в Горелово стала семнадцатой кофейной фабрикой компании «Крафт Фудс» в Европе. Общий объем инвестиций в реализацию этого проекта составил около 10 миллионов долларов США. На фабрике установлено самое современное оборудование, что позволяет считать ее одной из самых оснащенных кофейных фабрик компании в Европе. Выход фабрики на полную мощность осуществляется успешнее, чем ожидалось. Фактический объем производства на сегодня уже превысил план выпуска на 2001 год на 10%. Объем производства MaxwellHouse в жестяной упаковке в два раз превысил намеченные показатели. На сегодняшний день на фабрике упаковывают следующие виды растворимого кофе: JacobsMonarch, Jacobs&Day (без кофеина), JacobsMaxima, JacobsEveryday и MaxwellHouse. В ближайшее время компания намерена расширить ассортимент выпускаемой продукции за счет ввода кофе со сливками и с сахаром «Капучино» и «3 в 1». Новый напиток будет выпускаться под торговыми марками Jacobs и MaxwellHouse. Запуск линии намечен на февраль 2002 г. «Высокие результаты, которых добилась компания за год работы, стали возможны во многом благодаря коллективу высококвалифицированных специалистов, работающих на «Крафт Фудс», — отмечает директор фабрики Михаил Сахнов. Сейчас здесь трудится 86 человек. Компания «Крафт Фудс» активно участвует в жизни общества, большое внимание уделяет поддержке социально значимых проектов. Так, в январе фабрика оборудовала компьютерный класс в средней школе деревни Низино, в мае совместно с «Фили Мори Ижора» был устроен праздничный обед в честь Дня Победы для 300 ветеранов области, а в июле компания приняла участие в проекте «Мир без наркотиков».

Тема 2: Жанровая классификация ПР – текстов

План

1. Смежные ПР – тексты с недостаточно выраженными признаками ПР – текста (слоган, резюме, пресс – ревью)
2. Базисные ПР – тексты. Первичные пиар - тексты: пресс – релиз, приглашение, бэкграундер, лист вопросов – ответов, факт – лист, биография, заявление для СМИ, поздравление, письмо.
3. Комбинированные тексты. Пресс – кит, буклет, проспект, брошюра, корпоративное издание. Медиатексты. Имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс – стори («истории успеха»).

Задание

- 1) написание биографии. Написать три вида собственной биографии в соответствии с характеристиками, присущим каждому из видов.
- 2) написание заявления. Студентам предлагается проблемное новостное событие, касающееся деятельности определенного базисного субъекта PR. Студентам необходимо написать заявление от имени базисного субъекта PR в соответствии с основными характеристиками данного PR-текста.
- 3) написание байланера. Студентам предлагается актуальное новостное событие из жизни известного им базисного субъекта PR, а также факты и данные, которые можно использовать при написании PR-текста. Студентам необходимо написать событийный байланер и оформить его в соответствии с требованиями, предъявляемыми данному виду PR-текста.
- 4) написание поздравления. Студентам предлагается написать поздравление для целевой общественности от имени известного им базисного субъекта PR. Базисный субъект PR, событийный повод и целевая общественность определяется вместе с студентами.

Тема 3: Трансформация системы жанров ПР – текстов в интернет – коммуникации

План

1. *Интернет – релиз*, релиз в социальных медиа, видеоистория компании, видеоролик с вопросами и ответами, блог, аудиобращение к сотрудникам, партнерам, клиентам, электронные письма, поздравление электронной открыткой.

2. *Стилистические факторы*: простота предложений, ритм текста, (Формула Флеша), простота слова, убедительность, естественность стиля, грамматика и фоника и др.

3. *Технические факторы*: привлекательный внешний вид, читаемый шрифт, наличие сведений об источнике релиза, размер релиза, структурированность информации.

Задание

1. «Автопортрет в цифрах». Напишите короткий текст о себе таким образом, чтобы в каждом предложении фигурировали числительные. Вы можете, например, поведать о своих физических габаритах, распорядке дня, личных пристрастиях («3 раза женился, из них 4 по любви», «в 8 лет посмотрел "Великолепную семерку"»), достижениях и т.д.

2. «Брак с иностранцем». Привлекательный американец познакомится с жизнерадостной эффектной женщиной не старше 32 лет, любительницей музыки кантри и путешествий, способной скрасить одинокий очаг 73-летнего журналиста. Вы та, о ком этот человек мечтал всю свою жизнь. Напишите ему письмо.

3. Составьте пресс-релиз со следующим новостным поводом:

- фирма выпустила новый продукт на рынок;
- контрольный пакет акций перешел к другому инвестору;
- предстоит открытие нового торгового центра;
- компания стала спонсором престижного мероприятия в сфере культуры/спорта.

Тема 4: Понятие о рекламном тексте

План

1. *Цели рекламного текста*: аттракция, возбуждение интереса, эмоциональное воздействие, запоминание.

2. Возможности текста как рекламного обращения. Факторы возможности существования рекламного текста (товары повседневного спроса; товары импульсивной покупки; товары для экстренных случаев; товары предварительного выбора; товары особого спроса; товары пассивного спроса)

3. *Этапы жизненного цикла товара*: этап выведения на рынок; этап роста; этап зрелости; этап упадка.

Задание

1. Согласны ли вы с трактовкой понятия «реклама»? Ответ мотивируйте.

Реклама похожа на грабли. Она невинна, как грабли, тихо стоящие в сарае после прилежного исполнения своего ежедневного сеноуборочного долга. И опасна, как грабли, оставленные без присмотра там, где не надо, или используемые не по назначению (если пытаться, к примеру, граблями причесаться, учитывая их функциональное сходство с расческой, результат будет плачевным). Тех, кто не любит рекламу, очень много. Рекламу ненавидят целыми семьями, подъездами, трамваями, автобусами, отделами и трудовыми коллективами. «Ах-ах, говорят они, до чего дурно пахнут все эти ваши рекламные трюки! Замучили своими прокладками, хоть крылышки на себя накладывай. Фи, как грубо вторгаетесь вы со своей рекламой в наше нежное подсознание, открытое исключительно для гуманитарных инициатив. И все-то карабкаетесь в измученный непомерным объемом информации мозг по всем легальным и нелегальным каналам, все-то придумываете, как втоухать свое никому не нужное добро! Только о том и мечтаете, чтобы сунуть длинный нос в наше портмоне и вытянуть за свои поделки последний с трудом заработанный рубль». Дети в силу живости ума и неуемного любопытства запоминают десятки услышанных слоганов и декламируют их с удовольствием и выражением к ужасумам, бабушек и

воспитательниц дома и в общественных местах, где о рекламе говорить не принято. Ну какие тут рекламные рифмы в битком набитом автобусе в час пик?! Не откусили бы чего, тут не до рифмованного позиционирования! Когда моему сыну было два года (в рекламном «летоисчислении» это было время первых памперсов и инвестиционных фондов), он чуть не довел родную бабушку до удара живой и непосредственной реакцией на чтение ему какого-то умильного стишка для юных натуралистов. «Мчатся в поле без оглядки быстроногие... ну-ка, Кирюшенька, кто?» — спросила бабушка, для которой ничего логичнее и правильнее «лошадок» в этой поэме быть не могло. «Прокладки!» — радостно закончил фразу отпрыск, потому что лошадок по телевизору показывают гораздо реже. Для множества людей реклама — мощнейший раздражитель, символ нечестной игры и закамуфлированного обмана. Утверждение: «То, что действительно хорошо и полезно, в рекламе не нуждается» — безусловный фаворит большинства дискуссий о вреде рекламы. Потому что сама ее суть — привлечь внимание, дать информацию и предоставить возможность выбора — была дискредитирована. Не раз и не два, не мной и не вами, не здесь и не сейчас. Но это реальность, которая дана нам в одном весьма стойком ощущении: рекламе доверяют неохотно. Для кого реклама ассоциируется с наукой и искусством (каковыми она, безусловно, является в своих наилучших проявлениях)? Для меня и для вас. Поэтому мы работаем в рекламе и любим ее (это ничего, что я обобщаю?). И не мной первой замечено, что иногда рекламные ролики бывают гораздо более содержательны и куда более профессионально исполнены, нежели телевизионные произведения, которые они перебивают. (Алиева Л. И. Рекламная кампания своими силами. Готовые маркетинговые решения. СПб., 2008. - С.11-12)

2. Сформулируйте свое определение рекламного текста. Назовите родовое и видовые отличительные признаки понятия.

Тема 5: Носители рекламной информации

План

1. Устный рекламный текст и письменный текст.
2. *Малые жанры*: плакаты, листы объявлений, листовки (летучие листки), рекламные открытки, визитки, имитации визиток, вкладыши. Витрины, козырьки магазинов, указатели и вывески, световая реклама. Объявления в газете и журнале.
3. Радиоролики, и обращения по радио. Принципы построения рекламных обращений.
4. Уровни оценки рекламного текста.

Задание

1. Проанализируйте несколько объявлений в печатных СМИ. Назовите целевую аудиторию, задачи, средства привлечения внимания в рекламных текстах.
2. Ознакомьтесь с рекламными сообщениями, определите их задачи, а также вид целевой аудитории. Какова роль вербальных и невербальных компонентов в них?
3. Приведите примеры рекламных сообщений, ориентированных на разные типы целевой аудитории.

Тема 6: Выразительные средства рекламного текста

План

1. Тропы (превращение). Классификация Ю.М. Скребнева.
2. Тропы количественные (метонимия, метафора, ирония).
3. Качественные тропы (мейозис, тропы, гипербола).

Задание

1. «Сделай себе имя»
Придумайте название для собственного торгового дома. Условие: в названии должны каким-то образом обыгрываться ваше имя, отчество или фамилия.
2. «Я любимый Сантал Рио-Гранде...»

Ваша маленькая компания производит фруктовые соки. Первое время вы, как водится, работали интуитивно, не заботясь о позиционировании и никак себя не рекламируя. Потом немного раскрутились и задумались о создании собственного брэнда. У вас типичный ассортимент. На фоне конкурентов ваш сок не выделяется ни ценой, ни качеством. Придумайте оригинальное название, которое никого не оставит равнодушным.

3. «Больше, чем Три морковки»

Сеть «Три морковки» объединяет недорогие супермаркеты, расположенные в спальных районах города. Благодаря удачному соотношению цены и качества и продуманной политике скидок эти супермаркеты стали очень популярны среди горожан. Окрыленный успехом, владелец торговой марки задумал открыть два новых магазина. В отличие от своих собратьев, они будут расположены в «элитных» кварталах. Их ассортимент будет пополнен за счет импортных деликатесов. Уровень цен будет существенно выше, чем в остальных магазинах. Владелец не скрывает, что новые магазины ориентированы на богатого покупателя. По его замыслу, название этих супермаркетов должно, во-первых, отражать «престижную» специфику магазинов, а во-вторых, обыгрывать родство с раскрученными «Тремя морковками».

Тема 7: Жанры рекламного текста

План

1. Летучий листок.
2. Рубричная реклама.
3. Слоган и девиз.
4. Наименование в рекламных текстах.

Задание

1. «Не продается вдохновение!» Как ни странно, некоторые товары по сей день, невзирая на жесткую конкуренцию, обходятся без «второго имени». Придумайте слоган для шоколада «Вдохновение». Основная идея - противопоставление длинного романтического названия односложным названиям конкурентных шоколадок (не путать с оппозицией «наше - импортное!»), контраст вечного и преходящего (но не «старого и нового»).

2. «Три прославленные морковки»

Как известно, сеть «Три морковки» объединяет недорогие супермаркеты, расположенные в спальных районах города. «Три морковки» - это широкий выбор продуктов питания и бытовых товаров повседневного спроса от отечественных и зарубежных производителей, демократичные цены, продуманная система скидок, внимательный персонал, удобное расположение, большие парковки, детские тележки и все необходимое для комфортного семейного шопинга.

Владелец сети задумал организовать масштабную рекламную кампанию. Первым делом он хочет протестировать разные слоганы для своего детища. Придумайте слоган:

- 1) обыгрывающий название супермаркетов;
- 2) подчеркивающий основные достоинства сети: повсеместность, демократичность, универсальность;
- 3) яркий и запоминающийся, но сугубо абстрактный. Какой вариант вам нравится больше? Протестируйте полученные варианты в аудитории.

Тема 8. Создание рекламных текстов.

Задание

1. «Новый Пигмалион»

Ваша маленькая компания продает средство для мытья посуды, которое ни ценой, ни качеством, ни химическим составом не отличается от других подобных средств. Ваша целевая группа - домохозяйки среднего возраста, со средним образованием и доходом, и эту группу необходимо завоевать раз и навсегда. Придумайте название и слоган.

2. «Мистификация в бутылках»

Ваша маленькая компания производит безалкогольные напитки в оригинальной упаковке. Своим внешним видом ваши соки, нектары и лимонады напоминают шампанское, коньяк и сухое вино.

Первое время вы работали интуитивно, не задумываясь о позиционировании и никак себя не рекламируя. Потом немного раскрутились и даже выиграли конкурс «Малый предприниматель сезона». Полученный грант позволит вам нанять консультантов и креативщиков для создания мощного брэнда и его продвижения.

- 1) Придумайте название.
- 2) Создайте слога» и логотип (набросок).
- 3) Придумайте, в каком журнале вам лучше разместить рекламу.
- 4) Напишите текст рекламного объявления (прикиньте, как ваша реклама будет выглядеть).

3. «Сувенирная лавка»

Вы владелец лавки, торгующей забавными сувенирами и смешными безделушками. Ваша наружка должна быть под стать товарам: необычная по форме, смешная и запоминающаяся. Придумайте название магазина и предложите проект наружки по плану: места размещения; форма и размеры; содержание; наличие звуковых, световых и прочих художественных эффектов.

4. «Диалог на воде»

Ваш заказчик построил открытый бассейн в центре города. Достоинства бассейна: удобное расположение; комфортная температура воды; пятидесятиметровые дорожки и полная самостоятельность для умеющих плавать; «лягушатник» с тренером для начинающих; музыкальное сопровождение; возможность забронировать групповой абонемент для компании друзей.

- 1) Придумайте название бассейна.
- 2) Напишите сценарий 30-секундного радиоролика. Обязательные условия: двое или более купальщиков беседуют в воде или у воды; присутствуют звуковые эффекты.
- 3) Напишите задание на подбор голосов.
- 4) В аудитории проведите кастинг голосов и запишите ролик.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Эффективная подготовка современного специалиста в разных областях предполагает в качестве необходимой базы высокую речевую компетентность субъекта образовательного процесса, без которой невозможно или затруднено освоение образовательных маршрутов. Речь становится все более и более мощным средством регуляции деятельности людей.

Интенсивное развитие гуманитарного знания, антропоцентризм современной науки предполагают особое внимание к языку и речи, так как именно в них и только через них человек может осуществиться как личность. Антропоцентрическая 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. Именно знание языка дает возможность воспринимать все учебные дисциплины, реализовать творческий потенциал личности в соответствующей предметной области.

Современные образовательные программы, признающие приоритет личности обучаемого, непременно должны учитывать то, что в структуре личности «человека говорящего» значимым оказывается соотношение *знания языка* и *знаний о языке*. Знание языка определяет речевую деятельность носителя языка. Знания о языке основаны на том запасе лингвистической информации, который человек приобретает, получая среднее образование.

Ставшее актуальным в последние годы понятие «языковая личность» связано со способностью человека общаться, созывать устные и письменные тексты в соответствии с конкретными коммуникативными задачами, извлекать информацию из текстов, воспринимать речь в разных сферах общения.

В период обучения в вузе носитель языка 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.

В соответствии с этими исходными положениями и составлены методические рекомендации.

На практических занятиях предполагаются различные виды работы. Кроме выполнения практических упражнений, введены задания, требующие от студентов осмысления текстовых фрагментов из статей.

Теоретические вопросы целесообразно рассматривать, соотнося их с конкретными практическими заданиями, представляющими собой систему в каждой изучаемой теме. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность студентов к самостоятельному труду;
- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- консультационная помощь.

На основании компетентностного подхода к реализации профессиональных образовательных программ, видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- *для овладения знаниями*: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование материала, выписки из текста, работа со справочниками, учебно-исследовательская работа, компьютерной техники и Интернета и др.

- *для закрепления и систематизации знаний*: обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на занятию, материалов-презентаций, тестирование и др.

- *для формирования умений*: решение ситуационных (профессиональных) задач, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы студентов:

1. работа над учебными пособиями;
2. подготовка к практическому занятию;
3. подготовка к зачету.

Чтобы развить положительное отношение студентов к внеаудиторной самостоятельной работе, следует на каждом ее этапе разъяснять цели работы, контролировать понимание этих целей студентами, постепенно формируя у них умение самостоятельной постановки задачи и выбора цели.

Требования к итоговой аттестации по курсу

Осуществляется дифференцированный подход к выставлению итоговой оценки, основанный на рейтинговой шкале.

Студенты, выполнившие все предусмотренные учебным планом виды работы, набравшие за работу в течение семестра количество баллов, соответствующее оценкам «отлично», «хорошо», и не имеющие задолженностей по разным видам работ, получают зачет по результатам текущей работы в течение семестра (на основе результатов рейтинга).

Студенты, набравшие за работу в течение семестра количество баллов, соответствующее оценке «удовлетворительно», и имеющие задолженностей по разным видам работ, зачет получают после сдачи задолженностей.

Студенты, получившие за работу в течение семестра количество баллов, соответствующее оценке «неудовлетворительно», сдают зачет в соответствии с требованиями к содержанию и уровню освоения дисциплины, а также к объему и формам выполнения аудиторной и самостоятельной работы.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа - индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Цель проведения самостоятельной работы со студентами – освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний; систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков студентов; формирование умений по поиску и использованию справочной и специальной литературы, а также других источников информации; развитие познавательных способностей и активности студентов, творческой инициативы, ответственности и организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации; развитие научно-исследовательских навыков; формирование умения применять полученные знания на практике (профессиональной деятельности).

Сущность и содержание самостоятельной работы студентов Основными признаками самостоятельной работы студентов принято считать: - наличие познавательной или практической задачи, проблемного вопроса или задачи и особого времени на их выполнение, решение; - проявление умственного напряжения мысли обучаемых для правильного и наилучшего выполнения того или иного действия; - проявление сознательности, самостоятельности и активности студентов в процессе решения поставленных задач; - владение навыками самостоятельной работы; - осуществление управления и самоуправления самостоятельной познавательной и практической деятельностью студентов. Ядром самостоятельной работы, исходным моментом ее конструирования является познавательная или проблемная задача. Именно наличие задачи обуславливает весь процесс самостоятельной работы: предусматривает самостоятельную деятельность студентов по решению поставленных задач; обязательную подготовку к самостоятельному выполнению, решению учебных и профессиональных задач. В различных формах учебного процесса самостоятельность обучаемых проявляется по-разному: от простого воспроизведения, выполнения задания по жесткой алгоритмической схеме с использованием приемов скорописи, скорочтения и т.п. до самостоятельной творческой деятельности. Самостоятельность студентов при изучении специальных предметов проявляется через планирование ими своей учебной работы; отбор учебной литературы, пособий для самостоятельного изучения; подготовку наглядно- демонстрационной аппаратуры к ее применению; самостоятельное выполнение отдельных учебных заданий и целостной работы по специальности социально-культурной деятельности без непосредственной помощи и подробного инструктажа преподавателя; самостоятельное выполнение отдельных профессиональных обязанностей в ходе учебных занятий и специально организуемой практики. В самостоятельной работе студентов по решению познавательных и практических задач всегда присутствуют элементы управления и самоуправления данной деятельностью: целеполагание; планирование (самостоятельно или с помощью преподавателя) работы; текущий контроль и самоконтроль за ходом, промежуточными и конечными результатами работы; корректировка хода работы; устранение замеченных ошибок, неточностей, установление и исключение их причин; совершенствование способов выполнения работы. Содержание самостоятельной работы студентов имеет двуединый характер. С одной стороны, это совокупность учебных и практических заданий, которые должен выполнить студент в процессе обучения, объект его деятельности. С другой стороны, это способ деятельности студента по выполнению соответствующего учебно-теоретического или практического задания. Свое внешнее выражение содержание самостоятельной работы студентов находит во всех организационных формах учебной и внеаудиторной деятельности, в ходе самостоятельного выполнения различных заданий. Функциональное предназначение самостоятельной работы студентов в процессе лекций, семинаров, практических занятий по овладению специальными знаниями заключается в самостоятельном прочтении, просмотре, прослушивании, наблюдении, конспектировании,

осмыслении, запоминании, проигрывании и воспроизведении определенной информации. Постановку цели и планирование самостоятельной работы студенту определяет преподаватель. Самостоятельная работа студентов проявляется и во внеаудиторное время, когда студенты повторяют учебный материал и углубляют свои теоретические знания с помощью специальной литературы или компьютерных обучающих устройств. Предпосылкой развития творческих способностей является самостоятельная работа студентов по решению учебных проблемных задач. Такой вид работы имеет место тогда, когда преподаватель ставит проблемную задачу, а студент самостоятельно решает ее, проверяет нормальность решения, оценивает конечный результат. При этом студент анализирует проблемную задачу, ищет способы ее решения, выбирает из известных способов наиболее рациональный, преобразует их в соответствии с условиями задачи. Все эти действия не являются очевидными, они сталкиваются с необходимостью преобразований, анализа, синтеза, установления внутрисубъектных и межпредметных связей. При самостоятельной работе по решению учебных проблемных задач преподаватель определяет только постановку цели, а управление процессом их решения студенты осуществляют самостоятельно. Самостоятельная работа студентов по решению учебных проблемных задач может быть реализована как в аудитории, так и во внеаудиторное время практически во всех высших учебных заведениях и во всех формах организации обучения. Учебные проблемные задачи могут быть сформулированы как в устной, так и в письменной форме. Устная постановка учебных проблемных задач может осуществляться преподавателями при изложении учебного материала с целью активизации самостоятельной деятельности обучаемых на занятиях. Письменная постановка учебных проблемных задач предусматривает как свободно конструируемый ответ, так и выбор правильного ответа из совокупности предложенных. Учебные проблемные задачи со свободно конструируемым ответом целесообразно использовать во внеаудиторной работе студентов с целью углубления их теоретических знаний и совершенствования практических умений и навыков. Учебные проблемные задачи с выбором правильного ответа из совокупности предложенных находят применение при контроле качества самостоятельной работы студентов. В ходе самостоятельной работы по решению учебных проблемных задач студенты используют знания в полном объеме, находят взаимосвязи и взаимозависимости в новых ситуациях. Тем самым знания углубляются, расширяется сфера их применения. Мышление, выражающееся в собственных выводах, достигает творческого уровня. Самостоятельная работа по решению учебных проблемных задач подготавливает студентов к частично-поисковой самостоятельной работе. Самостоятельная работа считается частично-поисковой в том случае, когда студент сам определяет объем недостающих знаний и пути их поиска, то есть решает проблему самостоятельно. Но усвоить новые знания, недостающие для решения проблемы, самостоятельно студент не всегда может. Тогда на помощь ему приходит преподаватель, подсказывающий способ деятельности. Определение цели и управление частично-поисковой работой студент осуществляет самостоятельно в рамках предъявленного преподавателем задания. Функциональным предназначением данного вида работы является накопление студентами опыта поисковой деятельности.

Итак, при выполнении любого вида самостоятельной работы студент должен пройти следующие этапы: - определение цели самостоятельной работы; - конкретизацию познавательной (проблемной или практической) задачи; - самооценку готовности к самостоятельной работе по решению поставленной или выбранной задачи; - выбор адекватного способа действий, ведущего к решению задачи (выбор путей и средств для ее решения); - планирование (самостоятельно или с помощью преподавателя) самостоятельной работы по решению задачи; - реализацию программы выполнения самостоятельной работы; - осуществление в процессе выполнения самостоятельной работы управленческих актов: слежение за ходом самостоятельной работы, самоконтроль промежуточных и конечного результатов работы, корректировку на основе результатов самоконтроля программы выполнения работы, устранение ошибок и их причин. Промежуточная аттестация (зачет) - это оценка совокупности знаний, умений, навыков по дисциплине в целом или по ее разделам.

Подготовка к практическим занятиям

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 теоретические материалы, 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) чтение записей по данной теме;
- 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) определение возможных путей использования знаний по данной теме в работе.

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

Использование Интернета

Одним из эффективных путей совершенствования самостоятельной работы является использование студентом Интернет-ресурсов, основными достоинствами которых являются: возможность реализации принципа индивидуальной работы; наличие быстрой обратной связи; большие возможности наглядного предъявления материала; вариативный характер и проблемность ситуаций; активность обучающихся; креативность.

Использование Интернет - ресурсов в учебно-познавательной деятельности студента в процессе самостоятельной работы является ориентированность на развитие интеллектуальных умений (владение приемами мыследеятельности, сформированность различных видов мышления: системность, проблемность, критичность, рефлексивность, гибкость, диалогичность и др.) и исследовательских умений (анализировать, сравнивать, выдвигать гипотезу, осуществлять индукцию, дедукцию) студентов. В результате организации самостоятельной работы можно выделить уровни самореализации студентов в самостоятельной работе с использованием Интернет-ресурсов:

Уровни	Характеристика
Адаптивно-репродуктивный	Самостоятельная работа является репродуктивной; отсутствует личностная ориентация на использование и развитие информационного, исследовательского, коммуникативного потенциала для решения учебно-познавательных задач и заданий; частое обращение за внешней детализирующей помощью к преподавателю или студентам; результат самостоятельной работы является более значимым, чем процесс; отсутствие устойчивой потребности в самоорганизации, самоуправлении, самореализации; обращение к Интернет-ресурсам эпизодическое.
Проектировочно-поисковый	Доминирует ситуативная активность; проектируются индивидуальные варианты организации и осуществления самостоятельной работы в зависимости от индивидуального уровня учебных и личностных достижений; обращение к Интернет-ресурсам для обеспечения субъект - субъектного диалога с преподавателем,

	самостоятельного нахождения научной информации, необходимой для решения задач, заданий, разрешения учебно-познавательных проблем; осуществляется поиск способов презентаций учебных и личностных достижений в образовательном процессе.
Исследовательско-креативный	Устойчивое развитие способности к перспективному целеполаганию в самостоятельной исследовательской учебно-познавательной деятельности; проявление надситуативной интеллектуальной инициативы и активности; способность вступать в конструктивный субъект - субъектный диалог с преподавателем, обеспечивающий расширение и углубление представлений о возможностях самостоятельной работы для личностного саморазвития; способность самостоятельно анализировать положительную динамику учебных и личностных достижений на основе рефлексивно-критического мышления; продуктивное использование Интернет-ресурсов.

При самостоятельной работе студент может обратиться к Интернету для поиска необходимой литературы. Желательно вести поиск в разделах: электронные библиотеки, учебная литература, научная литература, рефераты и др. Необходимо иметь в виду, что, работая с Интернет-источниками, студент должен осваивать изучаемый раздел так же, как при использовании обычной учебной литературы.

КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

Промежуточная аттестация осуществляется в виде зачета.

Зачет проводится в соответствии с графиком учебного процесса;

форма проведения зачета – устный ответ на 2 вопроса;

итоговая оценка определяется с учетом **текущей успеваемости студента** (посещение занятий, выполнение упражнений и заданий, оценки текущего контроля), и по **результатам ответов на зачете**.

Вопросы к зачету

1. Назовите основные дифференциальные признаки ПР – текста.
2. В чем отличие ПР – текста от рекламного?
3. Каковы основные и неосновные цели ПР – текста?
4. Каковы основные и неосновные функции ПР – текста?
5. Назовите основные жанрообразующие признаки ПР – текста.
6. Какова роль цитаты в ПР – тексте?
7. Перечислите пять групп первичных простых ПР – текстов и укажите их жанровых представителей.
8. Назовите основные правила составления пресс – релиза.
9. Какие факторы повышают «публикуемость» пресс – релиза?
10. Дайте определение медиатекстам.
11. Назовите основные правила составления медиа – ПР – текста.
12. Дайте определение комбинированным текстам и укажите их жанровых представителей.
13. Дайте определение электронным ПР – текстам и укажите их жанровых представителей.
14. Каковы цели и задачи рекламного текста?
15. Каковы возможности текста как рекламного обращения?
16. Назовите основные носители рекламных обращений.
17. Каковы основные принципы построения рекламных обращений?
18. Перечислите выразительные средства построения рекламных сообщений: тропы.
19. Перечислите основные жанры рекламных текстов.
20. Каковы особенности разработки рекламного имени?
21. Какова структура рекламного текста?
22. Слоган и девиз в рекламе. Типология слоганов.
23. Перечислите основные виды заголовков в рекламном тексте.
24. Каковы приемы организации рекламного текста на фонетическом уровне.
25. Каковы приемы организации рекламного текста на лексико – фразеологическом уровне?
26. Каковы приемы убедительности рекламного текста и побуждения аудитории в рекламном тексте?
27. Каковы приемы манипулирования в рекламном тексте?
28. Каковы особенности обращения к системе ценностей и эмоциям аудитории в рекламном тексте?
29. Рекламные тексты в Интернете: основные особенности.

Критерии оценивания:

Оценка «зачтено» ставится, если обучающийся: полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «не зачтено» ставится, если обучающийся: обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; дает ответ, который не соответствует вопросу.