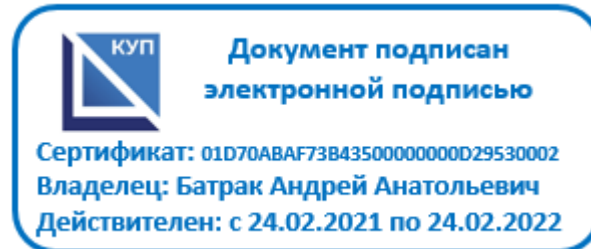




Частное профессиональное образовательное учреждение
«КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ И ПРОИЗВОДСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ «КУП»



А.А.Батрак
« 01 » апреля 2021 г.

**РАБОЧАЯ
ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП. 09 РЕКЛАМНЫЙ И PR-ТЕКСТ

Специальность СПО: 42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная, заочная

Срок освоения: 2 года 10 месяцев, 3 года 10 месяцев, 4 года 10 месяцев

Москва
2021

Рабочая программа учебной дисциплины ОП 09 «Рекламный и PR-текст» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама

Организация разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Колледж управления и производства»

Заместитель директора по МР

 С.Х. Морозова

30.03.2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 09 РЕКЛАМНЫЙ И PR-ТЕКСТ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) **ОП.09 «Рекламный и PR-текст»** в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.09 «Рекламный и PR-текст»** относится к дисциплинам профессионального цикла вариативная часть, и основа для ее изучения формируется такими дисциплинами базовой части, как «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации», «Основы рекламной деятельности». Для освоения предмета необходимо понимание природы современного информационного общества, основ теории коммуникации, знание норм современного русского языка, владение навыками устной и письменной речи, ее нормами и средствами выразительности.

Учебная дисциплина направлена на формирование общих и профессиональных компетенций:

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОК 1-11, ПК 1.3 ПК 2.2, ПК 4.2	ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях. ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности. ОК 6. Работать в коллективе и	Знать: Требования к тексту и основные типы ошибок
		Уметь: видеть жанровую дифференциацию PR-текстов
		Владеть: особенностями публичного выступления

	<p>команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p> <p>ПК-1.3Способность разрабатывать авторские рекламные проекты.</p> <p>ПК-2.2. Способность создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>ПК-4.2. Способность осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее</p>	
--	--	--

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Целями учебной дисциплины «**Рекламный и PR-текст**» является повышение речевой культуры и формирование коммуникативных компетенций в области профессионально ориентированной риторики.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение основных видов рекламных и PR-текстов;
- уяснение основных различий PR-текстов, журналистских и рекламных текстов;
- ознакомление с технологиями написания эффективного рекламного и PR-текста;
- формирование умений профессионально грамотно составлять PR-тексты различных жанров; анализировать жанровые особенности PR-текстов; готовить комбинированные, медиатексты и смежные PR-тексты; проводить

- оценку эффективности рекламных и PR текстов;
- формирование практических навыков написания рекламных и PR-текстов.

При угрозе возникновения и (или) возникновении отдельных чрезвычайных ситуаций, введении режима повышенной готовности или чрезвычайной ситуации на всей территории Российской Федерации либо на ее части реализация рабочей программы учебной дисциплины может осуществляться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

-максимальной учебной нагрузки обучающегося 99 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 66 часа;
- практических занятий -26 ч.;
- самостоятельной работы обучающегося 33час.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	99
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	66
в том числе:	
контрольная работа	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	33
в том числе:	
подготовка рефератов	4
подготовка сообщений, докладов	28
посещение музеев, выставок	1
<i>Промежуточная аттестация в форме диф. зачета</i>	

Заочная форма

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	99
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	10
в том числе:	
контрольная работа	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	89
в том числе:	
подготовка рефератов	
подготовка сообщений, докладов	
посещение музеев, выставок	
<i>Промежуточная аттестация в форме диф. зачета</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 09 «РЕКЛАМНЫЙ И PR-ТЕКСТ»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
РАЗДЕЛ 1 ПОНЯТИЕ О РИТОРИКЕ. ИЗ ИСТОРИИ РИТОРИКИ		12	
Тема 1.1. Предмет и задачи дисциплины «Подготовка PR-текста».	Содержание учебного материала Предмет и задачи дисциплины «Подготовка PR-текста». «Подготовка PR-текста»- дисциплина лингвистического направления, которая использует методы коммуникативной стилистики, функциональной стилистики, стилистики текста, прагмалингвистики. Практические задачи - показать, как строятся PR-тексты разных жанров, каковы композиционные и языковые особенности каждого жанра.	2	1
Тема 1.2. Особенности PR-текста	Содержание учебного материала Особенности PR-текста. В основе деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью лежит работа с текстом. В Федеральном государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр») обозначены виды профессиональной деятельности, среди которых <i>коммуникативная</i> , направленная на обеспечение внутренней и внешней коммуникации, <i>рекламно-информационная</i> , связанная с подготовкой и распространением рекламной продукции, а также <i>прогнозно-аналитическая</i> , результатом которой является составление справок, отчетов, прогнозов. Три основных условия существования текста: выраженность, ограниченность, структурность.	2	1
	Практические занятия Особенности PR-текста. Особенности рекламного текста Вопросы для обсуждения: 1. Определение понятия «текст»: функции и свойства 2. Особенности PR-текста 3. Особенности рекламного текста 4. Сходство и отличие рекламного и PR-текста	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся	2	3

	<p>Темы докладов/рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> Интернет и современная речевая культура. Речевое и неречевое поведение в межличностной коммуникации. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации. <p>Общая характеристика институционального дискурса</p>		
<p>Тема 1.3. Требования к тексту и основные типы ошибок.</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Требования к тексту и основные типы ошибок. Соблюдение требования точности речи в тексте: фактические и логические ошибки. Соблюдение требования правильности речи в тексте: лексические и грамматические ошибки. Соблюдение требования уместности речи в тексте: синтаксические ошибки. Соблюдение требования выразительности речи в тексте.</p>	2	1
	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Проявление законов логики в PR-тексте. Соблюдение основных формально-логических законов. Использование рациональных и иррациональных аргументов. Проявление логико-смысловых отношений в тексте</p>	2	1
<p>Тема 1.4. Проявление законов логики в PR-тексте</p>	<p>Практические занятия</p>	2	2
	<p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> Как проявляется в PR-тексте непротиворечивость, последовательность, определенность, обоснованность мышления? С какими законами логики связаны данные свойства? Каковы структура доказательства? В чем особенности дедуктивной и недедуктивной демонстрации? Перечислите основные виды аргументов. Приведите примеры. Каковы логические и фактические ошибки в доказательстве? 		
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p>	3	3
	<p>Темы докладов/рефератов:</p> <p>Убеждение и манипуляция как формы риторического воздействия в современной PR-практике.</p>		
<p>РАЗДЕЛ 2. ТЕКСТЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ</p>		16	
<p>Тема 2.1. Принципы кооперации Грайса как основа деловой коммуникации</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Принципы кооперации Грайса как основа деловой коммуникации. В принцип кооперации входят четыре максимы: максима полноты информации; максима качества информации; максима релевантности; максима манеры.</p>	2	1
	<p>Практические занятия</p> <p>Максимы Грейса, входят в принцип кооперации.</p>	2	2
	<p>Вопросы для обсуждения:</p>		

	<p>1. Какие максимы входят в принцип кооперации. Раскройте каждую из них</p> <p>2. Определите, какие максимы Г. Грайса нарушены в текстах, в чем заключаются ошибки. Предложите свой вариант исправления</p>		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	3
	Определите, какие максимы Грейса нарушены в текстах, в чем заключаются ошибки. Предложите свой вариант исправления. (Текст прилагается)		
Тема 2.2. Жанровая дифференциация PR-текстов	Содержание учебного материала	2	1
	Жанровая дифференциация PR-текстов. Типология PR-текстов: оперативно-новостные жанры: пресс-релиз, приглашение; исследовательско-новостные жанры: бэкграундер, лист вопросов-ответов, имиджевое интервью; фактологические жанры: факт-лист, биография; исследовательские жанры: заявление для СМИ, имиджевая статья, кейс-стори; образно-новостные жанры: байлаунер, поздравление.		
	Практические занятия	2	2
	Типология PR-текстов. Вопросы для обсуждения:		
	<p>1. Представьте жанровую типологию PR-текстов.</p> <p>2. Какой принцип лежит в основе типологии PR-текстов А.Д. Кривоносова</p> <p>3. Расскажите о оперативно-новостных, исследовательско-новостных, фактологических, исследовательских и образно-новостных жанрах.</p>		
Самостоятельная работа обучающихся	2	3	
	<p>1. Используя способы имитации разговорной речи в публичном выступлении, подготовьте текст для выступления (100 – 120 слов).</p> <p>2. Подготовьте выступление на 2-3 мин., предварительно составив социальный портрет аудитории по схеме.</p>		
Тема 2.3. Структурно-композиционные особенности пресс-релиза	Содержание учебного материала	2	1
	Структурно-композиционные особенности пресс-релиза. Определение пресс-релиза. В зависимости от передаваемой информации выделяют пресс-релиз анонс – короткое сообщение, информирующее о предстоящем событии, и ньюз-релиз или новостной пресс-релиз – сжатое изложение информационного материала, в котором журналистам сообщается новость или идея для ее последующего развития. Структурно-композиционные особенности . Стилистические особенности пресс-релиза		
	Практические занятия	2	2

	<p>Особенности пресс-релиза Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение пресс-релиза. 2. Какие вида пресс-релиза вы знаете. 3. Чем отличается пресс-релиз как PR-текст и как журналистский текст. 4. Стилистические особенности пресс-релиза 		
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Проанализируйте тексты пресс-релизов по схеме:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Содержание пресс-релиза: информационный повод, информативность, факты, изложенные в тексте. 2) Композиция: части текста, соответствие заголовка содержанию текста, лид-абзац, логика изложения. 3) Стил ь изложения: правильность, точность, уместность изложения. 	2	3
<p>Тема 2.4. Характеристика исследовательско-новостные жанров</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Характеристика исследовательско-новостные жанров. Исследовательско-новостные жанры: бекграундер, лист вопросов-ответов, имиджевое интервью.</p>	2	1
	<p>Практические занятия</p> <p>Характеристика исследовательско-новостные жанров. Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключаются особенности исследовательско-новостных жанров? 2. Классификация исследовательско-новостных жанров. 3. Стилистические особенности данных текстов. 	2	2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте тексты. Почему их можно отнести к исследовательско-новостным жанрам? Определите особенности имиджевой статьи и имиджевого интервью. Составьте на основе одного из текстов лист вопросов-ответов. 2. Определите жанр текстов, информационным поводом которых является Фестиваль молодежной моды. Проанализируйте, в чем состоят достоинства и недостатки текстов. 	2	3
	<p>РАЗДЕЛ 3. ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАКЕТ ДЛЯ ПРЕССЫ</p>		12
<p>Тема 3.1. Особенности листа вопросов-ответов.</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Особенности листа вопросов-ответов. Особенности листа вопросов-ответов: несвязанность текста, диалоговое единство, то есть все задаваемые вопросы и ответы на них должны быть на одну тематику, соответствие «информационным ожиданиям аудитории» (А. Тертычный). Структура листа вопросов-ответов.</p>	2	1
	<p>Тема 3.2.</p> <p>Содержание учебного материала</p>	2	1

Имиджевый текст: имиджевая статья и имиджевое интервью	Имиджевый текст: имиджевая статья и имиджевое интервью. Имиджевый текст – Цель – формирование в большинстве случаев благоприятного общественного мнения по поводу позиционируемого объекта. Внушение используется как психологический инструмент информационного воздействия, организации общественного мнения и манипулирования им. Функции текста.		
Тема 3.3. Пресс-кит как информационный пакет для прессы	Содержание учебного материала	2	1
	Пресс-кит как информационный пакет для прессы. Пресс-кит – это пакет информационных материалов для прессы, состоящий из разножанровых текстов, объединенных одним новостным поводом. Синонимы: медиа-кит, пакет для прессы, пресс-пакет. Состав пресс-кита может быть минимальным и полным.		
	Практические занятия	2	2
	Пресс-кит как информационный пакет для прессы. Вопросы для обсуждения: 1. Что представляет собой пресс-кит. 2. Минимальный стандартный набор документов в пресс-ките. 3. Какие жанры входят в полный набор документов пресс-кида.		
Самостоятельная работа обучающихся	2	3	
Темы докладов/рефератов: Подготовить презентацию пресс-кида какой-либо компании.			
Тема 3.4. Особенности фактологических жанров (факт-лист, биография)	Содержание учебного материала	2	1
	Особенности фактологических жанров (факт-лист, биография). Фактологическими жанрами называются жанры, в основе которых лежит актуальная информация о базисном PR-субъекте, которую можно рассматривать как дополнительную информационную поддержку новостному событию. К фактологическим жанрам относятся факт-лист, биография.		
	Практические занятия	2	2
	Особенности фактологических жанров (факт-лист, биография) Вопросы для обсуждения: 1. В чем заключаются особенности фактологических жанров? 2. Классификация фактологических жанров. 3. Особенности факт-листа? 4. Особенности биографии. 5. Виды биографий.		
Самостоятельная работа обучающихся	4	3	

	Темы докладов/рефератов: 1. Биография как журналистский текст и PR-текст. 2. Некролог как разновидность биографии.		
РАЗДЕЛ 4. ЖАНРЫ ПРЕССЫ		16	
Тема 4.1. Особенности публичного выступления	Содержание учебного материала	2	1
	Особенности публичного выступления. Структура публичного выступления: вступление, основная часть, заключение. Задачи выступающего в каждой части. Средства достижения коммуникативности речи: разговорность речи, зрительный контакт, голосовой контакт. Имитация разговорной речи создает ощущение непосредственного общения, общения естественного. Логические, психологические основы речи. Приемы, стимулирующие внимание и интерес: остранение, создание проблемной ситуации, драматизация монолога, прием сравнения, сопоставление, тайна занимательности и т.п.		
	Практические занятия	2	2
	Особенности публичного выступления Вопросы для обсуждения: 1. В чем заключаются особенности публичного выступления? 2. Классификация речей в зависимости от целевой установки речи. Соотношение рода речи и ее целевой установки. 3. Подготовка речи. Как определить и сформулировать конкретную цель? Что называется сверхзадачей речи? 4. Назовите этапы античного риторического канона, раскройте каждый из них. 5. Что необходимо учитывать при выборе темы речи? Как подбирать материал?		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	3
	1. Проанализируйте речь современного политического деятеля, современного юриста. Отметьте достоинства и недостатки. 2. Подготовьте информирующую речь на 3 минуты, соблюдайте правила построения композиции речи.		
Тема 4.2. Образно-новостные жанры	Содержание учебного материала	2	1
	Образно-новостные жанры. Образно-новостные жанры сосредоточены на новостном событии, однако информация о событии излагается от конкретного лица, т.е. это жанры, имитирующие подпись должностного лица базисного PR-субъекта и/или распространяемые от его лица.		
	Практические занятия	2	2

	Образно-новостные жанры Вопросы: 1. В чем заключаются особенности образно-новостных жанров? 2. Каковы основные характеризующие признаки данных текстов?		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Проанализируйте разные поздравления, отметьте особенности структуры и стиля. 2. Проанализируйте байлайнер компании. Отметьте его стилистические особенности.	4	3
Тема 4.3. Байлайнер как разновидность статьи в PR.	Содержание учебного материала Байлайнер как разновидность статьи в PR. Байлайнер - это именная или авторская статья, написанная PR-специалистом и подписанная должностным лицом. Она посвящена определенному новостному событию или периодически выходит в органах СМИ. Достоинства данного жанра, стилистические особенности.	2	1
Тема 4.4. Жанры для прессы. Структура заявления для СМИ	Содержание учебного материала Жанры для прессы. Структура заявления для СМИ. Заявление для СМИ - жанр PR-текста, представляющий собой некоторый анализ ситуации (кризисной) от имени субъекта PR. То есть, PR-специалист пишет заявление с требованием опровержения информации (данных, статей и т.д.), опубликованной данным СМИ. Структура заявления для СМИ. Жанры для прессы. Понятие спора. Логические и психологические предпосылки спора. Цель спора.	2	1
Тема 4.5. Коммуникационная программа	Содержание учебного материала Коммуникационная программа. Коммуникационная программа – это обоснование плана и бюджета кампании, проведение которой заказывается агентству по связям с общественностью и оплачивается заказчиком, или разрабатывается внутренним отделом по связям с общественностью самой организации. Структура и содержание программы.	2	1
	Практические занятия Структура программы кампании по связям с общественностью. Вопросы для обсуждения: 1. Из чего состоит базовая структура программы кампании по связям с общественностью. 2. Раскройте содержание программы	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся	4	3

	1. Подготовить коммуникационную программу группой из 4 человек, эксперт пишет рецензию на коммуникационную программу.		
РАЗДЕЛ 5. СОЗДАНИЕ И РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ И PR-ТЕКСТОВ В ИНТЕРНЕТЕ		10	
Тема 5.1. Создание и продвижение рекламных и PR-проектов в Интернете.	Содержание учебного материала	2	1
	Создание и продвижение рекламных и PR-проектов в Интернете. Определение SEO-копирайтинга. Творческая, креативная составляющая SEO-копирайтинга. Шаблоны в SEO-копирайтинге. Задачи рекламной и PR-информации в Интернете. Управление рекламной и PR-информацией в Интернете. Потребность, цель, мотив. Задачи рекламного и PR-текста на сайте компании. Возможности рекламного и PR-текста на сайте компании.		
	Практические занятия	2	2
	Оптимизация текстов для поисковых систем Вопросы для обсуждения: 1. Дать определение понятию «SEO-копирайтинг». 2. SEO-копирайтинг как компонент маркетинга. 3. Задачи рекламного и PR-текста в Интернете. 4. Креативная составляющая SEO-копирайтинга. 5. Виды сайтов.		
Тема 5.1. Создание и продвижение рекламных и PR-проектов в Интернете.	Самостоятельная работа обучающихся	2	3
	1. Сформулируйте определение «продающего текста». 2. Укажите все наиболее приемлемые социальные сети для рекламы промышленного предприятия по производству стройматериалов. 3. Создайте рекламную статью для размещения на сайте компании. 4. Подумайте о возможности использования в Интернет-рекламе классических произведений. 5. Баннерная реклама в Интернете. 6. Создайте контекстное объявление для продвижения образовательных услуг. 7. Подберите ключевые слова для поисковой оптимизации сайта компьютерной тематики. 8. Составьте структуру сайта коммерческой организации. 9. Использование ключевых слов при написании контента для сайта. 10. Интернет-продвижение товаров и услуг: виды и способы.		
Тема 5.2.	Содержание учебного материала	2	1

Особенности создания рекламных и PR-текстов на сайте компании	Социальные сети. Подбор необходимых социальных сетей. Особенности рекламного текста для социальных сетей. Особенности рекламы и PR в социальных сетях.		
Тема 5.3. Продвижение рекламных и PR-проектов с помощью социальных сетей. Составление «продающих текстов».	Содержание учебного материала	2	1
	Составление контекстных объявлений. Требования к контекстным объявлениям. Таргетирование. Условия размещения контекстной рекламы. Понятие пуф-рекламы и ее использование при создании контекстных объявлений.		
	Практические занятия	2	2
	Составление «продающих текстов». Вопросы для обсуждения: 1. Рекомендации по составлению «продающих текстов». Шрифт в больших массивах текста. Гарнитура. Кегль. Разработка собственного «продающего текста». 2. Обоснуйте необходимость создания «продающего текста» 3. Условия создания «продающего текста». 4. Российские и зарубежные модели «продающего текста». 5. Составьте собственный «продающий текст».		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	3
	1. Придумать запоминающееся контекстное объявление. 2. Создать контент для главной страницы сайта. 3. Создать текст для электронной пуф-рекламы.		
Всего занятий		66	
Самостоятельная работа		33	
ИТОГО		99	
ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ЗАЧЕТ			

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – **ознакомительный** (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – **репродуктивный** (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – **продуктивный** (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Для изучения учебной дисциплины «**Рекламный и PR-текст**» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используется:

Кабинет проектирования рекламного продукта

Оборудование:

персональный компьютер (ноутбук) имеющий выход в Интернет; телевизор; маркерная доска; учебный инвентарь: гипсовые макеты, мольберты настольные, муляжи и фигуры; учебная мебель (стол и стул преподавателя, парты, стулья, шкаф, стеллаж металлический).

3.2. Информационное обеспечение обучения.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основная литература.

ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для СПО

<https://biblio-online.ru/bcode/442412> Под ред. Корконосенко С. Г.

Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург). Профессиональное образование Гриф УМО СПО 2019 с.332

Дополнительная литература

1. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров: Учебник / И.В. Алешина.- М.: ИКФ «ЭКМОС», 2016.- 280с.
2. Барт Р. Риторика образа// Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр./ Сост. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. С.297 - 318
3. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 252 с.
4. Блэк С. Паблик рилейшнз – что это такое?/ С. Блек. – М., 1990.- 242с.
5. Богоявленский А.Е. PR – текст в системе генеалогической классификации: дис. на соискание уч. степени к.ф.н. / А.Е. Богоявленский. – Воронеж: ВГУ, 2016. – 224 с.
Журнал «Личность. Культура. Общество»

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

www.philology.ru

www.gramota.ru
www.humanities.edu.ru
www.ucheba.ru
mirslovarei.com
lib.deport.ru
www.slovopedia.com
www.mon.gov.ru
www.tora-centre.ru
www.cfin.ru
www.interface.ru
www.SBM-support.org
www.integrum.ru
www.ruscorporora.ru
www.slovari.ru
www.gramma.ru
www.starling.rinet.ru

3.4. Требования к организации учебного процесса для инвалидов и лиц с ОВЗ

Рабочая программа предусматривает образование лиц с ОВЗ или инвалидностью и наличие специальных условий её реализации и контроля, и оценки результатов освоения дисциплины (использование специальных методов обучения, специальных учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения и т.п.) в соответствии с адаптивной ОПОП специальности.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, выполнения обучающимися индивидуальных заданий и исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Коды формулируемых профессиональных и общих компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Знать: Требования к тексту и основные типы ошибок	ОК 1 - ОК 10	Экспертная оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы

		обучающихся, деятельности обучающихся при выполнении практических занятий, написании рефератов, тестировании, подготовке докладов.
Уметь: видеть жанровую дифференциацию PR-текстов		Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении домашних заданий, тестирования, опроса, написания рефератов, докладов.
Владеть: особенностями публичного выступления	ПК 1.3 ПК 2.2 ПК 4.2	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении курсовой работы, написании рефератов, домашних заданий.

Образовательные технологии

Освоение учебной дисциплины **«Рекламный и PR-текст»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

Удельный вес учебных занятий, проводимых в интерактивных формах составляет не менее 50 % аудиторных занятий (определяется учебных планом ОПОП).

В рамках учебной дисциплины **«Рекламный и PR-текст»** предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.