

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

(наименование института)

Кафедра политических и общественных коммуникаций

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой политических и
общественных коммуникаций

Протокол от «14» июня 2017 г.

№ 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.14.2 Жанры публичных текстов

(индекс и наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Управление городским территориальным развитием (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2018

Москва, 2017 г.

Автор–составитель:

Старший преподаватель

кафедры политических и общественных коммуникаций

(ученое звание, ученая степень, должность) (наименование кафедры)

И.М. Каширина,

(Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой политических и общественных
коммуникаций

(наименование кафедры) (ученое звание, ученая степень,)

С. Потоликио

(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные рекомендуемые источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.14.2 Жанры публичных текстов обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенций
СК ОС LA- 14	Способность разрабатывать и реализовывать проекты для продвижения продуктов, услуг, организаций и личных брендов	СК ОС LA – 14.1	Способность подготавливать тексты разных жанров практического назначения, подготовки медиаплана разработки проекта, определение стратегии проведения рекламной и PR-кампании.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA - 14.1	<p>на уровне знаний:</p> <p>основные принципы использования различных функциональных стилей и жанров текста;</p> <p>основные правила и приемы копирайтинга;</p> <p>основные приемы редактирования текста;</p> <p>правила подготовки текста к профессиональному использованию;</p> <p>сформированы знания специфики процессов создания информационного продукта в соответствии с журналистской и PR-задачей;</p> <p>специфики взаимодействия сотрудников СМИ и специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>внутренней организации работы PR-служб, журналистских коллективов и редакций;</p> <p>жанрообразующих признаков PR-текстов и текстов для СМИ;</p> <p>специфики функционирования жанров в СМИ разных типов;</p>
	<p>на уровне умений:</p> <p>сформированы умения отличать PR-материалы от текстов, решающих специфические журналистские задачи;</p> <p>навыки создания различных видов профессиональных текстов и умение работать с ними;</p> <p>использовать возможности функциональных стилей в процессе составления и редактирования документов в сфере профессиональной деятельности;</p> <p>редактировать тексты в соответствии с законами копирайтинга;</p> <p>создавать PR-тексты и тексты для СМИ в жанрах, максимально отвечающих поставленной рабочей задаче.</p>
	<p>на уровне навыков:</p> <p>приемы свободного владения грамотной письменной речью на</p>

	русском языке, литературного редактирования и копирайтинга; сформированы навыки методами оценки поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на информацию.
--	--

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.14.2 «Жанры публичных текстов» входит в состав дисциплин по выбору вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» и изучается в 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа (2 з.е.)

Дисциплина Б1.В.ДВ.14.2 «Жанры публичных текстов» опирается на курс Б1.Б.15 «Социология», изучаемый во 2,3 семестрах, на курс Б1.Б.15 «Политология», изучаемый во 2,3 семестрах.

Дисциплина Б1.В.ДВ.14.2 «Жанры публичных текстов» служит основой для освоения дисциплины Б1.В.ДВ.14.4 «Стилистика и редактирование», изучаемый в 6 семестре.

Дисциплина реализуется после изучения базовой части программы.

Количество академических/астрономических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28/21 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 44/33 часа.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Обзор жанров, используемых в современной PR-практике. Практикум по созданию PR-текста, решающего поставленную рабочую задачу.	21/15,75			9/6,75		12/9	О
Тема 2	Практикум по созданию текстов в распространенных в современной PR-практике жанрах журналистики. Трендовая статья. Комментарий. Портрет/очерк.	25/18,75			9/6,75		16/12	О
Тема 3	Моделирование рабочей ситуации. Разбор кейса. Формирование пресс-кита под заданное мероприятие.	26/19,5			10/7,5		16/12	Д
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		72/54			28/21		44/33	

Примечание:

*** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.*

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Обзор жанров, используемых в современной PR-практике. Практикум по созданию PR-текста, решающего поставленную рабочую задачу.	<p>PR-текст, его способы распространения и функции. Классификация PR-текстов. Базисные простые жанры PR-текстов. Базисные комбинированные жанры PR-текстов. Медиатексты как журналистские тексты, отвечающие признакам PR-текста (имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори и др.) Приоритет пресс-релиза как основного жанра PR-текста. Традиционные и современные подходы к созданию и распространению пресс-релизов.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Приглашение. – Бэкграундер. – Лист вопросов-ответов. – Факт-лист. – Биография. – Заявление. – Поздравление. – Байлайнер. – Письмо. – Буклет, проспект, брошюра. Ньюслеттер. – Имиджевая статья, имиджевое интервью.
Тема 2	Практикум по созданию текстов в распространенных в современной PR-практике жанрах журналистики. Трендовая статья. Комментарий. Портрет/очерк.	<p>Жанры СМИ в контексте их PR-потенциала. Трендовая статья в практике PR. Аналитический комментарий в практике PR. Подготовка аналитического комментария от имени «спикера». Портрет в практике PR. Очерк в практике PR.</p>
Тема 3	Моделирование рабочей ситуации. Разбор кейса. Формирование пресс-кита под заданное мероприятие.	<p>Факторы выбора жанров в зависимости от рабочей задачи. Пресс-кит: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления.</p>

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.14.2 «Жанры публичных текстов» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий семинарского типа:
 - опрос (ответ на практическом (семинарском) занятии);
 - диспут;

4.1.2. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств):

устный зачет, состоящий из ответа на вопросы.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Обучающиеся готовят ответы на вопросы к семинарским занятиям, исходя из списка вопросов по предложенным темам.

Типовые оценочные материалы по темам.

Тема 1

– Приоритет пресс-релиза как основного жанра PR-текста. Традиционные и современные подходы к созданию и распространению пресс-релизов. Содержание, композиция и функции основных PR-текстов. Приглашение. Бэкграундер. Лист вопросов-ответов. Факт-лист. Биография. Заявление.

Тема 2

– Трендовая статья в практике PR. Дидактическая ролевая игра «Сбор материала для трендовой статьи». Аналитический комментарий в практике PR. Подготовка аналитического комментария от имени «спикера». Портрет в практике PR. Очерк в практике PR.

Тема 3

– Факторы выбора жанров в зависимости от рабочей задачи. Пресс-кит: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления.

Тема 4

– Создание PR-текста в жанре, оптимально решающем поставленную рабочую задачу.

Тема 5

– Создание трендовой статьи. Создание аналитического комментария.

Тема 6

– Формирование пресс-кита под заданное мероприятие.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенций
СК ОС LA- 14	Способность разрабатывать и реализовывать проекты для продвижения продуктов, услуг, организаций и личных брендов	СК ОС LA – 14.1	Способность подготавливать тексты разных жанров практического назначения, подготовки медиаплана

			разработки проекта, определение стратегии проведения рекламной и PR-кампании.
--	--	--	---

Этап освоения компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
1 этап (код этапа: СК-14.1) Способность подготавливать тексты разных жанров практического назначения, подготовки медиаплана разработки проекта, определение стратегии проведения рекламной и PR-кампании.	Создает пресс-релизы и рекламные тексты. Готовит аналитические записки. Ищет и анализирует информацию. Может разработать концепцию рекламной или PR-кампании.	Умеет создавать тексты в указанном разных формате. Способен подготовить аналитический текст. Умеет подобрать, проанализировать и обобщить информацию. Способен составить и обосновать рекламный и PR-план продвижения продукта.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Примерные вопросы к зачету с оценкой¹

1. PR-текст, его способы распространения и функции. Классификация PR-текстов. Привести пример.
2. Базисные простые жанры PR-текстов. Привести пример.
3. Базисные комбинированные жанры PR-текстов. Привести пример.
4. Медiateксты как журналистские тексты, отвечающие признакам PR-текста (имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори и др.). Привести пример.
5. Приоритет пресс-релиза как основного жанра PR-текста. Традиционные и современные подходы к созданию и распространению пресс-релизов. Привести пример.
6. Понятия «PR-информация», «PR-коммуникация», «PR-текст». Привести пример.
7. Источники PR-текста. Проблема «скрытого» и «мнимого» авторства PR-текста. Привести пример.
8. Соотношение PR-текста с текстами смежных коммуникационных сфер. Привести пример.
9. Типология и классификации PR-текстов. Привести пример.
10. Жанровая система PR-текстов: особенности формирования и функционирования.
11. Жанровая типология простых первичных PR-текстов. Привести примеры.
12. Пресс-релиз: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
13. Приглашение: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
14. Бэкграундер: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
15. Лист вопросов-ответов: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
16. Факт-лист: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение,

¹ Студентам по билетам задается два вопроса.

- основные принципы составления и оформления. Привести пример.
17. Биография: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
 18. Заявление: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
 19. Поздравление: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
 20. Байлайнер: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
 21. Письмо: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
 22. Буклет, проспект, брошюра: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
 23. Ньюслеттер: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления. Привести пример.
 24. Имиджевая статья, имиджевое интервью: жанровая принадлежность, жанровые характеристики, определение, основные принципы составления и оформления.
 25. Трендовая статья в практике PR. Привести пример.
 26. Портрет в практике PR. Привести пример.

Шкала оценивания

Задания контроля	Баллы
Работа в аудитории (практические занятия)	30
Успешное выполнение заданий промежуточного контроля	40
Успешная сдача зачета с оценкой	30
Итого	100

Показатели оценивания	Критерии оценивания
Создает пресс-релизы и рекламные тексты. Готовит аналитические записки. Ищет и анализирует информацию. Может разработать концепцию рекламной или PR-кампании.	Умеет создавать тексты в указанном разных формате. Способен подготовить аналитический текст. Умеет подобрать, проанализировать и обобщить информацию. Способен составить и обосновать рекламный и PR-план продвижения продукта.

Кол-во баллов за экзамен	Критерий оценивания*
30	Умеет создавать тексты в указанном разных формате. Способен подготовить аналитический текст. Умеет подобрать, проанализировать и обобщить информацию. Способен составить и обосновать рекламный и PR-план продвижения продукта.
20	Умеет создавать тексты в указанном разных формате, но допускает Подготовить аналитический текст с небольшими недочетами/ошибками. Умеет подобрать, проанализировать и обобщить информацию, но допускает

	ошибки или делает это неуверенно. Способен составить, но с затруднениями обосновывает рекламный и PR-план продвижения продукта.
10	Плохо создает тексты в указанном формате. Подготавливает аналитический текст с затруднениями, допускает грубые ошибки или отсутствует логичность в отчете. Плохо подбирает информацию, проводит слабый анализ информации, не способен обобщить информацию. Составляет и обосновывает рекламный и PR-план продвижения продукта слабо, путает или пропускает этапность, не способен привести примеры.
0	Не умеет создавать тексты в указанном разных формате. Не способен подготовить аналитический текст. Не умеет подобрать, проанализировать и обобщить информацию. Не способен составить и обосновать рекламный и PR-план продвижения продукта.

** преподаватель рассматривает 1-2 из 4 перечисленных критериев, в зависимости от вопроса промежуточной аттестации.*

Итоговая сумма баллов по 100-бальной шкале, полученная в соответствии с указанными выше критериями, переводится в 5-бальную систему по следующей шкале:

81 - 100 баллов – зачет оценка «отлично»

61 - 80 баллов – зачет оценка «хорошо»

41 - 61 баллов – зачет оценка «удовлетворительно»

менее 41 балла – незачет оценка «неудовлетворительно»

4.4. Методические материалы

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (семинары), так и различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств студентов и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

Интерактивные формы:

- дискуссии по соответствующей тематике в рамках семинарского занятия.

Виды самостоятельной работы:

- изучение теоретического материала по основной и дополнительной литературе, законотворческой и правоприменительной практики в целях самоподготовки;
- творческая подборка теоретического материала и обобщение результатов критического анализа практики законотворческой и правоприменительной деятельности;
- конспектирование материалов научной литературы по заданию преподавателя;
- подготовка к занятиям, проводимым в интерактивной форме;
- выполнение заданий.

Знание курса поможет студенту повысить интерес к профессиональной подготовке, изучению специальных дисциплин; получить навык самостоятельной работы в библиотеке с учебной и монографической литературой при подготовке к семинарским занятиям, тестам и практикумам.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Общие методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

- регулярное посещение лекций и семинаров является основой для эффективной и успешной контактной работы студента с преподавателем;
- ведение конспектов и их регулярное перечитывание (в тот же день, после лекции или семинара) может быть полезно для организации нового материала, для его успешного освоения и в перспективе для его запоминания к зачету с оценкой.

Методические рекомендации по использованию учебных и информационных материалов:

- рекомендуется использовать именно те учебно-методические пособия, которые рекомендованы в данной программе и преподавателем; для самостоятельного изучения в программе приведены как ссылки на источники в интернете, так и дополнительные

Методические рекомендации по использованию ресурсов сети «Интернет»:

- рекомендуется использование ресурсов сети «Интернет», обозначенных в данной программе, особенно ресурсов, предоставляемых в МВШСЭН и в РАНХиГС по международным библиотечным подпискам; использование же сторонних ресурсов сети «Интернет» возможно, однако должно быть критическим и умеренным.

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (семинары), так и различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств студентов и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации.

В разделе 6 (п. 6.1., п. 6.2.) указан перечень основной и дополнительной литературы, который рекомендуется обучающимся при подготовке к семинарским занятиям и выполнении самостоятельной работы.

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

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. под. ред. М. М. Лукиной. Интернет-СМИ: теория и практика. М: Аспект Пресс, 2013. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=68827
2. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов. Аспект Пресс, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/21069.html>

6.2. Дополнительная литература.

1. Меленчук И.А. Язык. От смысла к тексту. Языки славянских культур, 2012. <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/28662>
2. Бердников И. В., Стрижова А. Ф. PR-коммуникации. М.: Дашков и Ко, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/51632.html>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы.

Нормативные правовые документы в процессе освоения дисциплины не используются.

6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы.

Интернет-ресурсы:

- www.komersant.ru — требования к материалам для газеты «Коммерсант»
- www.rbc.ru — стайлбук медиахолдинга РБК
- www.forbes.ru — редакционная политика Forbes
- www.sovetnik.ru — профессиональный интернет-портал
- www.rusrep.ru — редакционное руководство для журналистов еженедельника «Русский репортер»
- www.vedomosti.ru — догма газеты «Ведомости»
- expert.ru — книга редакции журнала «Эксперт»
- www.newizv.ru — памятка стажера газеты «Новые Известия»
- www.gazeta.ru — редакционное руководство интернет-издания gzt.ru
- itar-tass.com — руководство для журналистов информагентства ИТАР-ТАСС

Справочные системы:

1. www.nnir.ru — Российская национальная библиотека
2. www.nns.ru — Национальная электронная библиотека
3. www.rsi.ru — Российская государственная библиотека
4. www.rbs.ru — Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
5. www.google.com — Поисковая система
6. www.aport.ru — Поисковая система
7. www.rambler.ru — Поисковая система
8. www.yandex.ru — Поисковая система
9. www.busineslearning.ru — Система дистанционного бизнес-образования

6.6. Иные рекомендуемые источники.

1. Бершидский Л. Д. Ремесло. — М., 2014. (<http://www.litres.ru/leonid-bershidskiy/remeslo>)
2. П. Силуянова, М. Ховратович, А. Ходоровский / Отв. ред. А. В. Вырковский. — М.: МедиаМир, 2012. — 728 с.
3. Интернет-СМИ: теория и практика / под. ред. М. М. Лукиной. — М: Аспект Пресс, 2010. — 350 с.
4. Кузин С., Ильин О. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе. — М.: Альпина паблишер, 2011. — 264 с.
5. Колесниченко А. В. 15 мастер-классов: Учеб. пос. Для студентов вузов. / А. В. Колесниченко. — М.: Аспект Пресс, 2014. — 112 с.
6. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: Учеб. пособие для студентов вузов / А. В. Колесниченко. — М.: Аспект Пресс, 2013. — 400 с.

7. Бердников И. В., Стрижова А. Ф. PR-коммуникации. — М.: Дашков и Ко, 2012. — 208 с.
8. Бочаров М., Чумиков А., Тишкова М. PR в Интернете. Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. — М.: Альпина Диджитал, 2010.
9. Загсобрание. «Коммерсантъ» в заголовках. — М., 2013.
10. Кузнецов Л. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные PR-технологии. — М.: Дашков и Ко, — 2013. — 260 с.
11. Шляхова С. Русский PR-текст. — М.: Феникс, 2013. — 416 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий:

Для проведения практических занятий по дисциплине необходимо наличие ноутбука (компьютера) с установленным пакетом Microsoft® и мультимедийного проектора.

Требования к программному обеспечению общего пользования:

Специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.