

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 «ТИПОЛОГИЯ PR-ТЕКСТА»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов-бакалавров с PR-текстом как текстом особого типа, системой письменных форм PR-коммуникаций, структурами их жанровых репрезентантов, особенностями создания PR-текстов, приобретение навыков создания PR-контента.

Задачи дисциплины:

- изучение основных понятий, классификации и жанровой типологии PR-текстов;
- формирование представлений о соотношении PR-текстов и текстов смежных коммуникационных сфер (журналистики и рекламы);
- рефлексия корпуса PR-текстов в совокупности их жанровых групп и дефиниций;
- формирование умений и навыков применения на практике полученных знаний в области письменных PR-коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.08.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональные:

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

профессиональные:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- содержание понятия «PR-текст», варианты типологии PR-текстов, их различия, основные тенденции по изменению форматов PR-текстов;
- особенности работы копирайтера в коммуникационном агентстве, отделах рекламы и связей с общественностью;
- содержание информационно-аналитической, обзорной и прогностической работы в сфере рекламных- и PR-коммуникаций и способы ее отражения в PR-текстах.

Уметь:

- создавать информационные поводы и доводить PR-тексты до публикации;
- составлять рекламные- и PR-тексты в соответствии с концепцией рекламной и PR-кампании (проекта, мероприятия);
- составлять и описывать в соответствующем текстовом PR-формате модель проведения конкретной информационно-аналитической и прогностической работы.

Владеть:

- основами методики написания основных рекламных- и PR-информационных материалов, предназначенных для информирования общественности;
- навыками выпуска пресс-релизов и медиакитов, организации пресс-мероприятий, оценки рынка СМИ, осуществления информационной поддержки мероприятия;

– навыками подготовки итоговых информационных и аналитических, обзорных и прогностических текстов, а также осуществлять их редактирование.

4. Общий объём дисциплины: 2 з. е. (72 часа)

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.