

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 11.06.2024 12:10:23

Уникальный программный ключ:

d72783635b77d187d79a146c849dcb1abc6ab7a

## Аннотация к рабочей программе дисциплины

|                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Наименование дисциплины                                                                   | Типология PR-текстов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Содержание                                                                                | PR-текст: сущностные характеристики. PR-информация в публичных коммуникациях. PR-текст как объект научного изучения. PR-текст: от прототекста к тексту массовой коммуникации. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский). Проблемы типологии и жанрообразования PR-текстов. Проблемы классификации и принципы типологии PR- текстов. Специфика жанрообразования в письменных PR-коммуникациях. Жанровая типология простых первичных PR-текстов. Пресс-релиз. Приглашение. Бэкграундер. Лист вопросов-ответов: Факт-лист: Биография. Заявление. Поздравление. Байлайнер. Письмо. Жанровое своеобразие комбинированных, медиатекстов и смежных PR-текстов. Комбинированные тексты. Пресс-кит. Буклет, проспект, брошюра. Ньюслеттер. Медиатексты. Имиджевая статья. Имиджевое интервью. Кейс-стори. Смежные тексты.                                     |
| Результаты освоения дисциплины                                                            | Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Трудоемкость, з.е.                                                                        | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Формы отчетности                                                                          | Зачёт с оценкой 3 семестр                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Основная литература                                                                       | 1. Ежова, Е.Н. Лингвистика рекламного текста / Е.Н. Ежова ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь : СКФУ, 2018 – 211 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=562842">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=562842</a> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9296-0937-4.<br>2. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата : [для студентов вузов, обучающихся по эконом.игуманит. напр.] / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2018 – 198 с. – (Бакалавр. Академический курс). – Гриф: Рек. УМО. – Библиогр.: с. 191-194 – ISBN 978-5-534-08991-2. |
| Дополнительная литература                                                                 | 1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом.игуманит. напр. и специальностям / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова ; Высш. шк. экон., Нац. исслед. ун-т. – Москва :Юрайт, 2017 – 264 с. : табл., схемы. – (Бакалавриат. Академический курс). – Гриф: Рек. УМО. – Библиогр: с. 261-263. – ISBN 978-5-534-00227-0.<br>2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2013 - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228940">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=228940</a>                                                                                                                                  |