

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Рекламные и PR-тексты: практикум»

Дисциплина «Рекламные и PR-тексты: практикум» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4). Задачи дисциплины: формирование знаний: - методы оценки эффективности рекламных и PR-тексты в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты; - принципы создания внешних и внутренних рекламных и PR-текстов формирование умений: - применять методы оценки эффективности рекламных и PR-тексты в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты формирование навыков: - создания внешних и внутренних рекламных и PR-текстов с учетом определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий.

Изучаемые объекты дисциплины

Понятия «медиатекст», «PR-текст», «рекламный текст». PR-текст и рекламный текст как продукт анализа запроса целевой аудитории. Принципы создания, редактирования и анализа эффективности PR-текста..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	8
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	72	36	36
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	25	16	9
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	43	18	25
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	2	2
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	144	72	72
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	18	9	9
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	216	108	108

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Тема 2. Методы исследования эффективности рекламных и PR-текстов	2	0	0	9
Методы исследования эффективности рекламных и PR-текстов				
Тема 3. Коммуникативно-стилистическая характеристика PR-текста	2	0	0	9
Внутренние и внешние тексты. Тексты в зависимости от канала коммуникации				
Тема 1. Введение в проблему	2	0	0	9
Рекламный и PR-дискурс. Основные понятия				
Тема 5. Внешние PR-тексты: структура, содержание, жанровая характеристика	2	0	0	9
Информационные, новостные, имиджевые, исследовательские, фактологические PR-тексты.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 8. Исследовательские и оперативно-образные жанры PR-текстов	2	0	4	9
Заявление для СМИ и кейс-стори как исследовательские жанры. Байлайнер, поздравление, письмо как оперативно-образные жанры				
Тема 7. Имиджевые PR-тексты	2	0	6	9
Интервью: виды, структура, композиция, типичные ошибки. Статья: виды, особенности функционирования, требования к написанию, типичные ошибки.				
Тема 4. Внутренние PR-тексты: структура и содержание	2	0	2	9
Медиа-план, медиа-карта, сценарий PR-мероприятия, итоговый отчет, спонсорский пакет, поздравления, информационный листок (нюслеттер, бюллетень), презентационный альбом фирменного стиля.				
Тема 6. Пресс-релиз как основной информационный жанр PR-текста	2	0	6	9
Структура, содержание, особенности функционирования, основные требования. Ошибки при создании пресс-релиза. Бекграундер. Лист вопросов-ответов				
ИТОГО по 7-му семестру	16	0	18	72
8-й семестр				
Тема 10. Рекламный текст	2	0	8	24
Границы понятия. Жанровые характеристики. Рекламные тексты по характеру воздействия на аудиторию. Убеждающие, суггестивные, смешанные. Слоган. Рекламный модуль. Рекламная заметка, статья, интервью. Резюме. Особенности функционирования и типичные ошибки				
Тема 12. Рекламные и PR-тексты в интернете	2	0	5	12
Функционирование, жанровая характеристика, типичные ошибки. Сценарий видеоролика. Текст для интернет-рассылки. Пост в социальной сети. «Продающий» текст. Текст для сайта. Текст для блога				
Тема 13. Этические и правовые основы рекламного и PR-текста	2	0	4	12
Методика самооценки PR-текстов на предмет возможного нарушения законодательства.				
Тема 11. Коммерческое предложение как	2	0	6	12

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
жанр рекламного и PR-текста				
Структура, содержание, стиль. Этапы подготовки и типичные ошибки				
Тема 9. Подготовка текстов для СМИ и информационного пакета для прессы	1	0	2	12
Медиатекст. Пресс-кит.				
ИТОГО по 8-му семестру	9	0	25	72
ИТОГО по дисциплине	25	0	43	144